

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT GUNA ULANG JASA GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA KAMPUS B

Muhamad Nur Fauzi¹, Sutama Wisnu Dyatmika.²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
nfauzi0205@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis maupun menilai pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan potongan harga terhadap minat guna ulang jasa gojek di kalangan mahasiswa Univeritas PGRI Adi Buana Surabaya Kampus B. Penelitian ini menggunakan buku pedoman penulisan skripsi program studi manajemen fakultas ekonomi universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai kerangka dasar penelitian dan menggunakan beberapa linier analisis regerssion. Sampel di ambil pada responden yang memakai jasa gojek di kalangan mahasiswa Univeritas PGRI Adi Buana Surabaya Kampus B. sampel diambil dengan memanfaatkan metode purposive sampling, dari seluruh kuesioner yang tersebar jumlahnya 66 sampel. Analisa penelitian ini menggunakan pengujian regresi linier berganda maupun pengujian hipotesis yang menggunakan pengujian t (Parsial) maupun penujian f (simultan) dengan menggunakan program spss versi 22. Dari pengujian penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi (X_1) diperoleh $t_{\text{hitung}} -3.163$, dimana nilai signifikannya $0,002 < 0,05$. Potongan harga (X_2) diperoleh $t_{\text{hitung}} 6.439$, dimana nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan potongan harga berpengaruh signifikan dan simultan terhadap minat guna ulang jasa gojek pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya kampus B terbukti f_{hitung} sebesar 364.870, dengan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : kemudahan penggunaan, potongan harga, Minat Ulang.

Abstract

This research intends to analyze and assess the influence of application ease of use and discount on interest to repurpose Gojek services among university students PGRI Adi Buana Surabaya Campus B. This research uses the thesis Writing Handbook for Management Study Program Economics Faculty of PGRI Adi Buana Surabaya as a basic framework of research and use some linear regerssion analysis. Samples taken on the respondent who used the service of Gojek among university students PGRI Adi Buana Surabaya Campus B. Samples were drawn by utilizing the Purposive sampling method, from the entire questionnaire spread to a total of 66 samples. The analysis of this study uses multiple linear regression tests as well as hypotheses testing using T (partial) testing as well as f (simultaneous) examinations with the SPSS program version 22. From testing this study showed that the influence of ease of use of applications (X_1) was obtained T-count-3,163, where the significance value is $0.002 < 0.05$. A discounted price (X_2) is obtained at T-Count 6,439, where the significance value is $0.000 < 0.05$. Influence of application ease of use and rebate significant and simultaneous effect on interest to repurpose Gojek service to students of PGRI Adi Buana Surabaya Campus B proved F-count of 364,870, with a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Ease of use, rebate, reinterest.

PENDAHULUAN

Diera generasi Z teknologi di Negara Indonesia sudah berkembang sangat pesat sehingga sulit dipisahkan dari kehidupan manusia dan kini dimanfaatkan untuk memudahkan sebuah pekerjaan sehari-hari. Misalnya mulai dari transaksi online, dagangan online, pekerjaan online, bahkan sampai hal yang

belum difikirkan sekalipun akan dilakukan serba online. Salah satunya industri layanan jasa transportasi yang dulunya ojek diolah secara kepemilikan perorangan, kini timbul bisnis baru yang dikelola secara profesional yakni ojek atau jasa layanan transportasi umum berbasis aplikasi online. Ketika layanan jasa transportasi mulai berkembang bermotif teknologi dan konsumen mulai menuntut supaya agar lebih mudah dan simpel dalam penggunaan aplikasi serta dalam pemberian potongan harga atau diskon semenarik mungkin. Preferensinya adalah mengembangkan sistem aplikasi yang lebih baik dengan potongan harga atau diskon yang bersaing.

Seperti halnya pernyataan dalam Huda 2010, menjelaskan kemudahan penggunaan aplikasi ialah individu perorangan yang mempercayai dimana dalam menggunakan sistem khusus akan terbebas dari usahanya.

Potongan harga dalam sebuah produk ditentukan oleh perusahaan sebagai salah satu cara ampuh dalam mempengaruhi sisi psikologis konsumen untuk menggunakan produk tertentu. Potongan Harga adalah semua jumlah yang didapatkan oleh konsumen guna mendapatkan sebuah keuntungan baik produk maupun jasa. Kolter (2008:345).

Dengan demikian yang telah dijelaskan oleh beberapa peneliti sebelumnya yang menerangkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi maupun potongan harga output produknya melesat dipasaran. hal ini sangat diperhatikan selaku PT. Karya Anak Bangsa agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan untuk mempertahankan usahanya dengan memperhatikan nilai pelanggan gojek.

Perusahaan ojek online yang sedang naik daun yakni Gojek, perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2014 yang bernama PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa. Perusahaan ini berjalan dibidang jasa transportasi yang berkantor pusat di Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Tujuan dari perusahaan ini yakni meminimalisir pengangguran di Indonesia serta menjadi pemecahan permasalahan kemacetan di kota-kota besar. Cara pengoprasian Gojek sendiri ialah menggunakan aplikasi yang tersambung dengan internet. Para pelanggan/pengguna tidak perlu menanti dipinggiran jalanraya atau datang kepangkalan ojek. Pemesanan dapat lewat aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. *Driver* Gojek akan siap untuk melayani pelanggan yang telah memesan order.

Pelayanan utama yang menjadi andalan dari perusahaan tersebut yakni Go-ride merupakan pelayanan pengantar penumpang, selain itu memiliki menu pelayanan yang lain yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat yakni Go-send, Go-food dan Go-shop.

Perkembangan ojek berbasis aplikasi online ini sangat pesat, menyebabkan persaingan ketat antar kompetitor. dengan demikian secara tidak langsung mendorong Gojek untuk tetap mempertahankan pelanggannya dengan cara memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya agar produk yang dijual memiliki rasa puas, baik dalam kemudahan penggunaannya, maupun dalam memberikan potongan harga yang relatif menarik.

Memperhatikan kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk membahasnya dimna judul yang dipilih peneliti “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Potongan Harga Terhadap Minat Guna Ulang Gojek”.

Tujuan dari pada penelitian tersebut yakni guna mencairitahu, (1) sejauh manakah kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi minat guna ulang, (2) sejauh mana potongan harga mempengaruhi minat guna ulang, (3) Serta sejauh mana kemudahan penggunaan maupun potongan harga mempengaruhi minat guna ulang jasa gojek pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Kampus B.

RUMUSAN MASALAH

Tujuan dilakukannya penelitian ini yakni guna mengetahui kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi minat guna ulang Gojek, mengetahui potongan harga mempengaruhi minat guna ulang Gojek serta mengetahui kemudahan penggunaan aplikasi dan potongan harga mempengaruhi secara simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Huda 2010, menjelaskan kemudahan penggunaan aplikasi ialah individu perorangan yang mempercayai dimana dalam menggunakan sistem khusus akan terbebas dari usahanya.

Kemudahan penggunaan aplikasi dapat diukur oleh beberapa dimensi yakni :

1. *Clear and understandable*
2. *Does not require a lot of mental effort*
3. *Easy to use*
4. *Easy to get the syste to do what he/she wants to do.*

Potongan Harga

Kolter (2008:345), menjelaskan harga ialah semua jumlah yan didapatkan oleh konsumen guna mendapatkan sebuah keuntungan baik produk maupun jasa.

Potongan harga dapat diukur oleh beberapa dimensi yakni :

1. Konsumen akan membel dengan jumlah banyak.
2. Antisipasi Pesaing.
3. Terdapat dukungan dagang dijumlah banyak.

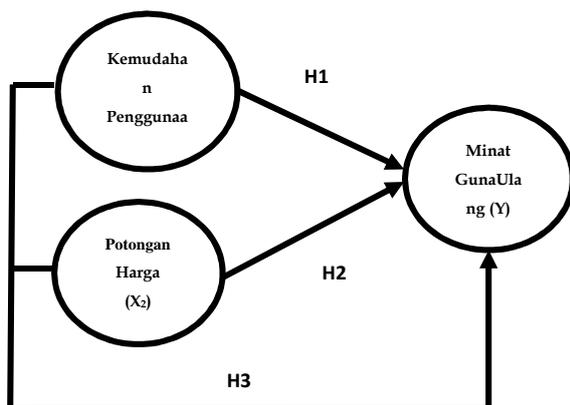
Minat Guna Ulang Jasa

Nurhayati dan Murti dalam Aditya (2018:12), menjelaskan bahwasanya tindakan atau keinginan pelanggan yang menggunakannya secara berulang-ulang dalam mengkonsumsi prduk ataupun jasanya.

Minat Guna Ulang Jasa dapat diukur oleh beberapa dimensi yakni :

1. Minat transaksional/bertransaksi
2. Minat referensial/acuan
3. Minat preferensial/selera
4. Minat eksploratif/menggai informasi

Supaya penelitian tidak menyimpang dari inti permasalahan maupun dapat menyusun atau rumuskan hubungan secara teratur antara variabel penelitian, berikut ini merupakan gambaran kerangka konseptual :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :

1. pengaruh parsial Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) Potongan Harga (X_2) terhadap Minat Guna Ulang (Y) Gojek
2. Pengaruh Simultan Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) dan Potongan Harga (X_2) terhadap Minat Guna Ulang (Y) Gojek

HIPOTESIS

Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan dari kerangka konseptual diatas bisa dijelaskan/diajukan hipotesis ialah:

H_1 = Diduga adanya Kemudahan Penggunaan Aplikasi mempegaruhi Minat Guna Ulang Jasa Gojek.

H_2 = Diduga adanya Potongan Harga mempegaruhi Minat Guna Ulang Jasa Gojek.

H_3 = Diduga adanya Kemudahan Penggunaan maupun Potongan Harga mempegaruhi Minat Guna Ulang Jasa Gojek secara simultan.

METODE PENELITIAN

Objek yang diteliti yaitu layanan minat guna ulan Gojek. Metode yang dipakai yaitu kuantitatif dan peneliti dibantu *software* spss versi 22 untuk menganalisanya.

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Uji Instrumen

A. Validity Test

Peneliti dibantu dengan *software* spss versi 22 untuk menganalisa pengujian ini. Berikut *Validity Test* dilihat pada tabel berikut ini :

Table 1. *Validity Test*

Indikator	R hitung	Correlate
Kemudahan Penggunaan Aplikasi		
Perny_1	.755	.3
Perny_2	.751	.3
Perny_1	.743	.3
Perny_2	.717	.3
Perny_1	.795	.3
Perny_2	.754	.3
Perny_1	.736	.3
Perny_2	.58	.3
Potongan Harga		
Perny_1	.747	.3
Perny_2	.722	.3
Perny_1	.739	.3
Perny_2	.829	.3
Perny_1	.678	.3
Perny_2	.493	.3
Minat Guna Jasa Ulang		
Perny_1	.788	.3
Perny_2	.745	.3
Perny_1	.83	.3
Perny_2	.735	.3
Perny_1	.722	.3

Perny_2	.798	.3
Perny_1	.681	.3
Perny_2	.687	.3

Dari perhitungan diatas disimpulkan bahwa hasil keseluruhan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan dinyatakan seluruh indikator kuesioner valid.

B. Reliability Test

Peneliti dibantu dengan *software* spss versi 22 untuk menganalisa pengujian ini. Berikut *Reliability Test* dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Reliability Test

Variabel	Hasil Cronst	Keterangan
	alph	
Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X ₁)	.874	Reliability
Potongan Harga (X ₂)	.795	Reliability
Minat Guna Jasa Ulang (Y)	.888	Reliability

Dari perhitungan pada *Reliability Test* diatas diketahui perhitungan *alpha Cronbach* lebih tinggi dari 0,7 bahwa instrumen dapat dinyatakan mempunyai *Reliability*.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Table 3. Normalitas Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,10042960
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,061
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Dari perhitungan pada normalitas *Test* diketahui perhitungan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 perhitungan ini lebih tinggi dari 0,05 bahwa boleh dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Table 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan Penggunaan Aplikasi	.123	8,143
Potongan Harga	.123	8,143

Dari hasil tabel perhitungan multikolinieritas diatas diketahui nilai angka tolerance sebesar 0,123 > 0,1 maupun perhitungan VIF sebesar 8,143 < 10 hal ini berarti tidak ada kesamaan antar variabel bebas.

Table 5. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson
2,014

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5 diatas bisa dinyatakan bahwa perhiungan DW sebesar 2,014, dimana perhitungan tersebut berada diantara 1.7411(dU) < 1.845 < 2.2589(4-dU). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Table 6. Hasil Perhitungan Heterokedastisitas Glejser

Model	T	Sig.
(Constant)	-,454	,652
X_1	,606	,547
X_2	1,114	,269

Dari tabel tersebut terlihat tingkat signifikansinya dari (X₁) bernilai sebanyak 0,547 > 0,05 dan (X₂) bernilai sebanyak 0,269 > 0,05 dan ditarik kesimpulan bahwasanya data tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian ini peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic V. 22*. Berikut merupakan dari perhitungannya :

Tabel 7. Hasil Perhitungan Analisa Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	18,722	5,702
(X ₁)	-,316	,100
(X ₂)	,911	,141

Dari tabel 4.16 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 18,722 - 0.316X_1 + 0.911X_2 + e$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka didapat beberapa poin sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 18,722 menunjukkan bahwa jika variabel bebas kemudahan penggunaan aplikasi (X₁), potongan harga (X₂), sama dengan nol, maka minat guna ulang jasa (Y) akan sebesar 18,722 satuan.
- Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan penggunaan aplikasi (X₁) sebesar 0.316. Artinya bahwa setiap kenaikan atau perubahan satu satuan kemudahan penggunaan aplikasi akan mengakibatkan kenaikan minat guna ulang jasa (Y) sebesar 0.316.
- Nilai koefisien regresi pada variabel potongan harga (X₂) senilai 0.911. Diartikannya bahwasanya disetiap bertambahnya atau perubahan satu-satuan potongan harga akan menyebabkan bertambahnya minat guna ulang jasa (Y) sebesar 0.911.

4. Hasil Hipotesis

Pengujian ini peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic V. 22*. Berikut merupakan dari perhitungan uji-t.

Tabel 8. Hasil Perhitungan t (Parsial)

	Model	t	Sig.
	(Constant)	3,284	.002
1	X_1	-3,163	.002
	X_2	6,439	0

1. Pada variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X1), memiliki nilai signifikansi $0.002 < 0,05$ yang artinya variabel kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI AdiBuana Surabaya. maka H1 diterima.
2. Pada variabel Potongan Harga (X2), memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ yang artinya variabel potongan harga berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI AdiBuana Surabaya. maka H1 diterima.

Pengujian ini peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic V. 22*. Berikut merupakan dari perhitungan uji-F.

Tabel 9. Hasil Perhitungan F (Simultan)

	Model	F	Sig.
	Regression	364,87	,000 ^b
1	Residual		
	Total		

Berdasarkan hasil perhitungan F pada tabel diatas diketahui nilai Sig. $< 0,05$ maka dapat diartikan kemudahan penggunaan aplikasi maupun potongan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka H1 di terima.

PEMBAHASAN

1. Kemudahan Penggunaan Aplikasi berpengaruh terhadap Minat Guna Ulang Jasa

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukannya memakai SPSS V. 22 diketahui nilai sig. senilai $0,002 < 0,05$ lalu bisa diartikan kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal ini berarti jika semakin mudah penggunaan dalam sebuah aplikasi maka konsumen akan meningkatkan keputusan minat guna ulang jasa.

2. Potongan Harga berpengaruh terhadap Minat Guna Ulang Jasa

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukannya memakai SPSS V. 22 diketahui nilai sig. senilai $0,000 < 0,05$ lalu bisa diartikan potongan harga mempengaruhi minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal ini berarti jika semakin sering potongan harga di berikan maka konsumen akan meningkatkan keputusan minat guna ulang jasa.

3. Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Potongan Harga berpengaruh terhadap Minat Guna Ulang Jasa

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan memakai SPSS V. 22 diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ lalu bisa diartikan kemudahan penggunaan aplikasi maupun potongan harga berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Hal ini berarti jika semakin mudah penggunaan dalam sebuah aplikasi maupun semakin sering potongan harga di berikan maka konsumen akan meningkatkan keputusan minat guna ulang jasa.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian hingga bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi minat guna ulang jasa Gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal ini berarti semakin mudah aplikasih yang digunakan akan berdampak pada minat guna ulang jasa. Untuk itu hipotesis yang menyatakan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa dapat diterima.
2. Potongan harga berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa Gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. hal ini berarti semakin terjangkau harga yang ditetapkan akan memicu konsumen tergoda untuk membeli produk, untuk itu hipotesis yang menyatakan Potongan harga berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa dapat diterima.
3. Kemudahan penggunaan aplikasi maupun potongan harga berpengaruh terhadap minat guna ulang jasa Gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hal ini berarti semakin mudah aplikasih yang digunakan maupun semakin terjangkau harga yang ditetapkan akan mendorong konsumen melakukan keputusan minat menggunakan ulang jasa Gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

IMPLIKASI

Berdasarkan perolehan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang “pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan potongan harga terhadap minat guna ulang jasa Gojek di Kampus B Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pada variabel kemudahan penggunaan dapat dinyatakan bahwa berpengaruh positif terhadap minat guna ulang jasa akan tetapi dalam hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan gojek untuk mempengaruhi konsumen dalam hal melakukan keputusan minat menggunakan ulang.

Pada variabel potongan harga perusahaan gojek harus sering memberikan potongan harga demi mempertahankan konsumen yang sudah terpengaruh oleh potongan harga tersebut, sebab dalam variabel ini mempunyai pengaruh positif terhadap minat guna ulang jasa.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan dalam hal menggunakan kuesioner terkadang terkadang responden menjawab tidak sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh peneliti dalam hal menunjukkan keadaan yang sesungguhnya atau responden tidak konsisten dala menjawab.

DAFTAR RUJUKAN

- Dewa Edo Aditya, Kurniawan Edriana Pangestuti, dan Lusy Deasyana Rahma Devita. 2018. Pengaruh International Brand Image Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Guna Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 65, No 1.
- Ghozali, Imam, 2018. *Aplkasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi ke 9. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, philip, 2008. *Manajemen Pemasaran (I)*, Jilid 1 dan 2. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia Jakarta.
- Nurul Huda Agustiani, 2010. Pengaruh Pemanfaatan Sisitem Informasi Akademik Terpadu (SIKADU) Terhadap Kinerja Individual Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang). Skripsi : Universitas Negeri Semarang.