

Pengaruh Ketepatan Waktu, Akurasi, Kesopanan, Kemudahan, Kenyamanan, dan Atribut Pendukung terhadap Keputusan Menggunakan GrabCar

The Effect of Timeliness, Accuracy, Politeness, Ease, Comfort, and Supporting Attributes on Decisions Using GrabCar

Muhammad Safriudin¹⁾, Hadi Jauhari²⁾, Lisnini³⁾

1) Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

2) Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

3) Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

Corresponding Email : mmsafriudin@gmail.com

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk melihat pengaruh Ketepatan Waktu, Akurasi, Kesopanan, Kemudahan, Kenyamanan, dan Atribut Pendukung terhadap Keputusan Menggunakan GrabCar. Metode yang dipergunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui angket kepada wisatawan yang pernah menggunakan GrabCar ke objek wisata Amanzi Water Park berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Ketepatan Waktu, Kemudahan, dan Kenyamanan memiliki pengaruh positif-signifikan terhadap Keputusan Menggunakan GrabCar sebagai Angkutan Wisata. Sedangkan, Akurasi, Kesopanan, dan Atribut Pendukung tidak memberikan pengaruh signifikan. Akurasi, Kesopanan, dan Atribut Pendukung dari GrabCar perlu ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat meningkatkan keputusan menggunakan GrabCar.

Kata Kunci: Ketepatan Waktu, Akurasi, Kesopanan, Kemudahan, Kenyamanan, Atribut Pendukung, Keputusan Penggunaan

Abstract

The purpose of this study was to see the effect of Timeliness, Accuracy, Politeness, Ease, Comfort, and Supporting Attributes on Decisions Using GrabCar. The method used is quantitative with data retrieval techniques through questionnaires to tourists who have used GrabCar to amanzi water park attractions numbering 100 respondents. The data analysis using multiple regression analysis. This study shows that Timeliness, Ease, and Comfort have a significant-positive influence on the Decision Using GrabCar as Tourist Transportation. Meanwhile, Accuracy, Politeness, and Supporting Attributes do not have a significant impact. GrabCar's accuracy, politeness, and supporting attributes need to be improved so as to improve decisions using GrabCar.

Keywords: Timeliness, Accuracy, Politeness, Ease, Comfort, Supporting Attributes, Usage Decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan transportasi *online* semakin memudahkan masyarakat untuk mengunjungi objek-objek wisata. Sebagai salah satu pilihan angkutan berwisata, transportasi *online* harus dapat memberikan pelayanan secara maksimal kepada pengguna. Kusumaningtyas dalam Andilala, dkk (2018: 1639) mengungkapkan bahwa pemberian pelayanan berkualitas dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna. Kriteria pelayanan yang baik jika terdapat ketepatan waktu melayani pelanggan dengan baik, akurasi atau terhindar atas kesalahan, kesopansantunan dan keramah-tamahan dalam memberikan pelayanan, kemudahan memperoleh pelayanan, kenyamanan mendapat layanan, serta fasilitas pendukung yang lengkap.

Berdasarkan survei APJII tahun 2020, Grab menjadi jasa layanan transportasi *online* yang paling dominan digunakan sebesar 21,3% (katadata.co.id, 2020). Penelitian Farenzia dan Raymond (2020) menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif-signifikan terhadap-keputusan pembelian, dimana semakin bagus kualitas layanan yang

diberi akan semakin meningkat pula keputusan pembelian jasa Grab.

Beberapa permasalahan yang terdapat pada kualitas pelayanan GrabCar yakni pengemudi yang lama menjemput pelanggan, pengemudi berperilaku tidak sopan dan tidak ramah seperti melakukan Tindakan kriminal dan pelecehan, pelanggan kesulitan untuk mendapatkan pengemudi, pengemudi membawa kendaraan tidak andal, kendaraan kendaraan yang kotor dan bau.

Masyarakat di kota Palembang sudah banyak menggunakan GrabCar untuk menuju ke objek-objek wisata. Dari beberapa objek wisata yang ada, Amanzi Water Park adalah objek yang paling ramai dikunjungi oleh masyarakat Palembang dibandingkan objek wisata lainnya, yakni sebanyak 141.778 pengunjung pada 2019 dan 50.662 pada 2020. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan GrabCar sebagai angkutan wisata kepada wisatawan objek wisata Amanzi Water Park.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan usaha memenuhi kebutuhan diikuti oleh keinginan pelanggan dan keakuratan cara penyampaian sehingga bisa memenuhi harapan serta keputusan pelanggan (Tjiptono dalam Indrasari 2019 :61).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Hardiyansyah (2018: 40) terdapat beberapa atribut yang menentukan suatu kualitas dari pelayanan, yakni : ketepatan waktu melayani pelanggan, akurasi atau bebas atas kesalahan, sopan santun dan ramah-tamah dalam pelayanan, kemudahan mendapatkan pelayanan, kenyamanan memperoleh pelayanan, fasilitas pendukung layanan yang lengkap.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah upaya penanggulangan ihwal yang diumpakan sebagai usaha paling ampuh pada proses membeli yang lebih dulu melewati tahap teknik pengambilan keputusan yang dilaksanakan seseorang dalam pemilahan alternatif perilaku

yang tepat dari beberapa alternatif yang ada (Firmansyah 2018: 27).

Dimensi Keputusan Pembelian Online

Menurut Hardiawan dalam Nurmadina (2016: 49) Keputusan dalam melakukan Pembelian secara daring/online yaitu : Efisiensi pencarian, Value meliputi harga lebih murah dan kualitas bagus, Interaksi meliputi navigasi, informasi sesuai dan lengkap, aman, dan loading time.

METODOLOGI

Metode yang dipergunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis *explanatory*. Menurut Siyoto (2015: 8) penelitian *explanatory* menelaah hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih fenomena dengan tujuan menentukan valid atau tidaknya sebuah eksplanasi, atau untuk menentukan manakah yang lebih valid diantara beberapa eksplanasi yang ada. Data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan sekunder melalui buku, jurnal, artikel, dan internet merupakan data yang dipakai di penelitian ini.

Populasi penelitian adalah wisatawan Amanzi Water Park tahun 2020 yakni sejumlah 50.822 orang.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan menggunakan perhitungan sampel Slovin dengan Teknik sampling *nonprobability sampling* dengan metode sampling *purposive*. Metode mengumpulkan data dengan angket serta studi kepustakaan.

Teknik analisis yang dipakai yakni (1) Analisis Deskriptif; (2) Pengujian Asumsi Klasik yakni Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heterokedastisitas; (3) Uji-Validitas; (4) Uji-Reliabilitas; (5)-Uji Hipotesis yaitu Uji Statistik t (parsial); (6) Analisis Linear Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian dilakukan terhadap 30 responden awal yang didapat. Semua item pernyataan pada penelitian ini mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan keseluruhan item pernyataan dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian dilakukan kepada 30 responden awal yang terkumpul. Semua variabel independen pada penelitian ini mempunyai nilai *Cronbach Alpha* positif dan $>0,06$. Maka bisa disimpulkan seluruh variabel dikatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstd Coefficients		Std. E		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	8,069	2,972		2,715	0,008
	X1	0,797	0,361	0,256	2,208	0,030
	X2	-0,277	0,446	-0,085	-0,620	0,537
	X3	-0,451	0,357	-0,141	-1,265	0,209
	X4	0,477	0,237	0,206	2,010	0,047
	X5	1,609	0,387	0,510	4,162	0,000
	X6	0,361	0,297	0,123	1,217	0,227

a. Dependent Var: Keputusan Penggunaan

Sumber: data diolah, 2021

PEMBAHASAN

- Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($2,208 > 1,986$) dan nilai sig. ketepatan waktu $< \alpha$ ($0,030 < 0,05$), artinya, ketepatan waktu berpengaruh positif-signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.
- Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} ($-0,620 < 1,986$) dan nilai signifikansi akurasi $> \alpha$ ($0,537 > 0,05$), artinya, akurasi berpengaruh negatif-tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.
- Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} ($-1,265 < 1,986$) dan nilai signifikansi kesopanan $>$ dari α ($0,209 > 0,05$), artinya, kesopanan berpengaruh negatif-tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.
- Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($2,010 > 1,986$) dan nilai signifikansi kemudahan $< \alpha$ ($0,047 < 0,05$), artinya, kemudahan

berpengaruh positif-signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.

5. Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($4,162 > 1,986$) dan nilai signifikansi kenyamanan $<$ dari α ($0,000 < 0,05$), artinya, kenyamanan berpengaruh positif-signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.
6. Bersumber dari Tabel 1 nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} ($1,217 < 1,986$) dan nilai signifikansi atribut pendukung $>$ dari α ($0,227 > 0,05$), artinya atribut pendukung berpengaruh positif-tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan GrabCar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketepatan waktu (X_1), kemudahan (X_4), dan kenyamanan (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan GrabCar. Sedangkan akurasi (X_2), kesopanan (X_3) dan atribut pendukung (X_6) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan GrabCar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andilala, Muh. Edo Aprillia, Fitria A. Bachtiar, Mochamad Chadra Saputra. 2018. "Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO-JEK Indonesia)" dalam Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer Volume 2 (hlm. 1638-1647). Malang: Universitas Brawijaya.
- Astutik, Yuni. 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>, 20 Maret 2021
- Bayu, Jarot Dimas. 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat>, 16 Maret 2021
- Farenzia, S., & Raymond, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab. Jurnal Manajemen Bisnis (JMB), 33(1), 109-122.
- Firmansyah, Anang M. 2018. *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hardiansyah. 2018. Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi). Yogyakarta: Gava Media.
- Indradari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Nurmadina. 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Fashion Online Di Kota Makassar)". Skripsi. FEB Islam, Manajemen, UIN Alauddin, Makassar.
- Sinaga, Eko P. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Ivo Mobil Trituna Medan". Skripsi. FISIP, Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.