



Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Online

Nirmala.¹

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto
nirmalapwt@yahoo.co.id

Mayla Surveyandini²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto
mayla_andini@yahoo.com

abstract

Online transportation services are an option because they are considered capable of providing a greater customer value than other conventional transportation services. This study aims to partially analyze the significance of the influence of the factors of ease, safety and efficiency factors that influence citizen decisions in Banyumas in choosing online transportation services. The research sample amounted to 100 people based on the accidental sampling method. This study uses a multiple linear regression analysis tool. The results showed the multiple linear regression equation $Y = 5,159 + 0,030X_1 + 0,263X_2 + 0,455X_3 + e$ and the coefficient of determination equal to 0,368. From the F test results it was found that the value of $F_{test} > F_{table}$ ($21,134 > 3,09$), so that the model was declared feasible. From the results of the t test obtained the second and third hypotheses were accepted, while the first hypothesis was rejected. This means that the safety and efficiency factors have a significant effect while the ease factor did not have a significant influence on the decisions of the people in Banyumas in choosing online transportation services

Keywords: *On-line transportation, decision to choose, ease, safety, efficiency*

abstrak

Jasa transportasi online menjadi pilihan karena dipandang mampu memberikan customer value yang lebih besar dibandingkan jasa transportasi konvensional lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa secara parsial signifikansi pengaruh faktor kemudahan, keamanan dan efisiensi yang mempengaruhi keputusan masyarakat di Banyumas dalam memilih jasa transportasi online. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang ditetapkan berdasarkan metode accidental sampling. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linear berganda $Y = 5,159 + 0,030X_1 + 0,263X_2 + 0,455X_3 + e$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,368. Dari hasil uji F ditemukan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,134 > 3,09$), sehingga model dinyatakan layak. Dari hasil uji t didapatkan hipotesis kedua dan ketiga diterima, sedangkan hipotesis pertama

ditolak. Artinya faktor keamanan dan efisiensi memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan faktor kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat di Banyumas dalam memilih jasa transportasi online.

Kata kunci: transportasi online, keputusan memilih, kemudahan, keamanan, efisiensi.

PENDAHULUAN

Transportasi umum adalah layanan angkutan penumpang dan bukan milik pribadi yang tersedia untuk digunakan oleh masyarakat umum. Sistem transportasi umum biasanya berjalan sesuai rute yang tetap dan memiliki titik pemberhentian dengan jadwal yang telah diatur sebelumnya. Menurut Murti (2015) dalam Kompasiana, transportasi umum pada dasarnya adalah suatu sarana yang disediakan oleh Pemerintah Indonesia untuk mendukung aktivitas dari masyarakat setempat. Namun seiring berjalannya waktu, fasilitas transportasi umum mengalami penurunan kualitas, terutama terkait masalah keamanan, kebersihan, dan kenyamanan. Hal ini menjadi alasan mengapa masyarakat enggan menggunakan transportasi umum. Masalah keamanan terlihat dari resiko adanya banyak tindak kriminal seperti copet, rampok, hipnotis dan lainnya yang memakan korban penumpang transportasi umum. Hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi agar mendapatkan keamanan yang lebih serta terhindar dari tindakan kriminal yang biasa dijumpai di transportasi umum. Masalah kebersihan di dalam transportasi umum juga kerap kali ditemukan pada kondisi alat transportasi yang kotor, banyak sampah serta bau yang tidak enak, sehingga menyebabkan penumpang menjadi tidak betah menggunakan transportasi umum. Masalah kenyamanan dapat terlihat pada kondisi tempat duduk yang sudah “compang-camping” dan suhu di dalam transportasi umum yang gerah sehingga membuat masyarakat Indonesia lebih suka menggunakan kendaraan pribadi mereka. Berbagai persoalan tersebut membuat transportasi umum menjadi kurang populer dimata masyarakat. Berbagai persoalan tersebut terjadi karena sistem mengenai waktu, biaya dan fleksibel yang kurang terkoordinasi dengan baik, sehingga sering menyebabkan kekacauan (Kompasiana, 2015).

Seiring perkembangan teknologi dan jaringan digital, saat ini telah muncul terobosan pada jasa transportasi, yaitu adanya jasa transportasi berbasis aplikasi online yang dilengkapi dengan fitur Global Positioning System (GPS) untuk memberikan informasi keberadaan pengemudi dan pengguna dengan rute terdekat (Damayanti, 2017). Jasa transportasi online pertama yang muncul adalah Go-jek, yang kehadirannya sekalipun memicu pro dan kontra, namun terus berkembang pesat. Perkembangan Go-jek disebabkan karena kehadiran Go-jek seolah mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang mampu memberikan value lebih. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Tjiptono (2011), bahwa kegiatan pemasaran berkaitan erat dengan upaya menciptakan dan memberikan nilai (value) pada pelanggan. Perkembangan jasa transportasi online telah menarik banyak peneliti melakukan penelitian. Hasil penelitian Andilala (2018) dan

Amajida (2016) menyatakan bahwa faktor yang mendasari keputusan konsumen memilih jasa Go-jek adalah lebih mudah dan cepat. Hasil penelitian Amajida (2016) menemukan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan memilih Go-jek adalah keamanan. Hasil penelitian Anwar (2017) menemukan berbagai keunggulan transportasi online, diantaranya yaitu kepraktisan, keamanan dan kenyamanan.

Perkembangan ekonomi, wisata dan pendidikan di Kabupaten Banyumas, terutama di kota Purwokerto sebagai ibukota Kabupaten, berkembang dengan pesat. Kondisi tersebut membuat kebutuhan akan transportasi umum dirasakan menjadi makin penting oleh masyarakat Banyumas. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Khasanah (2016), bahwa pertumbuhan dan perkembangan suatu kota yang pesat harus diikuti dengan pengadaan sistem transportasi yang memadai. Sejak masuknya Go-jek di wilayah Banyumas, maka jasa transportasi online ini semakin berkembang dan disukai masyarakat. Pengguna jasa transportasi online ini bukan hanya kaum pria dan wanita usia dewasa saja, tetapi berdasarkan fenomena yang ada, menunjukkan banyaknya anak-anak usia sekolah yang juga menjadi konsumen. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh variabel kemudahan, keamanan dan efisiensi yang mempengaruhi keputusan masyarakat Kabupaten Banyumas dalam memilih penggunaan jasa transportasi online terkhusus memilih Go-jek.

TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Transportasi menurut Wahyusetyawati (2017) merupakan sarana yang umum digunakan untuk mengangkut barang atau manusia dari satu tempat ke tempat lain. Saat ini moda transportasi semakin beragam jenisnya, mulai sepeda motor, mobil, bis maupun kereta api. Transportasi umum merupakan layanan angkutan penumpang yang tersedia untuk digunakan oleh masyarakat umum. Menurut Rifusua (2010) dalam Damayanti (2017) menyatakan bahwa, transportasi publik yang baik harus memenuhi tiga kriteria dasar, yaitu: kenyamanan, keamanan, dan kecepatan. Kriteria kenyamanan dapat dirasakan penumpang jika terdapat fasilitas seperti pendingin udara dan tertutup dari asap polusi kendaraan bermotor. Kriteria keamanan dapat dilihat pada tempat yang disediakan untuk naik turun penumpang di terminal atau halte bus yang telah ditentukan. Kriteria kecepatan artinya terpenuhinya waktu secara cepat dan tepat untuk sampai di tempat tujuan. Namun kenyataannya, ketiga kriteria tersebut sulit dipenuhi oleh transportasi umum yang bersifat konvensional. Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi umum sayangnya belum sepenuhnya terpenuhi oleh transportasi umum konvensional. Menurut Tumuwe (2018), penyediaan angkutan umum belum memadai dari sisi kapasitas angkut, serta memiliki beragam masalah terutama di perkotaan. Berbagai masalah tersebut seperti masalah kemacetan lalu lintas, minimnya pelayanan, kondisi angkutan umum yang masih belum memenuhi harapan masyarakat, dan banyaknya tindak kriminal pada angkutan umum yang membuat masyarakat merasakan ketidaknyamanan.

Seiring dengan perkembangan teknologi muncul terobosan dalam dunia transportasi, yaitu jasa transportasi berbasis *online* yang mudah diakses dengan bantuan *smartphone*. Menurut Aziah (2018), transportasi *online* adalah salah satu contoh pengembangan teknologi berbasis aplikasi dan mendapatkan sambutan cukup baik di awal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini. Menurut Khasanah (2016), inovasi adalah sebuah tindakan sistematis perubahan sesuatu (produk, ide, informasi, teknologi dan lainnya) menjadi suatu sumber daya yang bernilai tinggi bagi target pasar. Dimana sifat dari inovasi adalah pergantian, pergiliran, penambahan, penyusunan ulang, penghapusan, penguatan. Inovasi yang muncul pada bisnis transportasi akibat kemajuan teknologi, telah melahirkan inovasi bisnis model baru yang disebut inovasi disruptif. Inovasi disruptif menurut Christensen (1995) dalam Khasanah (2016) adalah sebuah inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut.

PT. Go-jek Indonesia merupakan *start-up* dari perusahaan penyedia jasa pemesanan ojek yang menggunakan teknologi aplikasi android, yang dapat diunduh melalui *smartphone* baik android dan iOS (Go-Jek, 2015). Go-jek didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran, dan mulai beroperasi di Jakarta sejak tahun 2011. Go-jek hadir sebagai sebuah alternatif yang seolah menjawab kekecewaan masyarakat terhadap kelemahan transportasi konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damayanti (2017) dan Amajida (2016). Jasa transportasi *online* juga cepat diterima masyarakat, menurut Agustin (2017), hal ini disebabkan karena pemesanan melalui aplikasi yang mudah dan memberikan berbagai macam pilihan layanan, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa.

Anwar (2017) menyatakan bahwa teknologi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah berbagai aktivitas manusia sehari-hari, sehingga kehadiran transportasi *online* yang memberikan kemudahan seolah “menjawab” kebutuhan masyarakat. Jasa transportasi *online* melakukan sebuah terobosan pemasaran yang sangat baik karena pemasaran sendiri berkaitan erat dengan upaya menciptakan dan memberikan nilai (*value*) kepada pelanggan. Nilai pelanggan (*customer value*) merupakan selisih antara manfaat total dan biaya total bagi pelanggan (Tjiptono, 2011). Manfaat total (*total benefits*) meliputi: manfaat fungsional (*what the product does*), manfaat psikologis/symbolik (*what the product means*), dan manfaat pengalaman/ eksperiensial (*what is derived from consumption*). Adapun biaya total (*total costs*) meliputi biaya ekonomik/moneter (harga yang dibayarkan untuk produk tertentu), biaya waktu (waktu yang dicurahkan sejak awal mencari informasi sampai mendapatkan dan mengkonsumsi produk), biaya energi (tenaga yang dicurahkan dalam rangka mendapatkan dan mengkonsumsi produk yang diinginkan), dan biaya psikis (biaya psikologis yang berkenaan dengan proses mendapatkan dan mengkonsumsi produk).

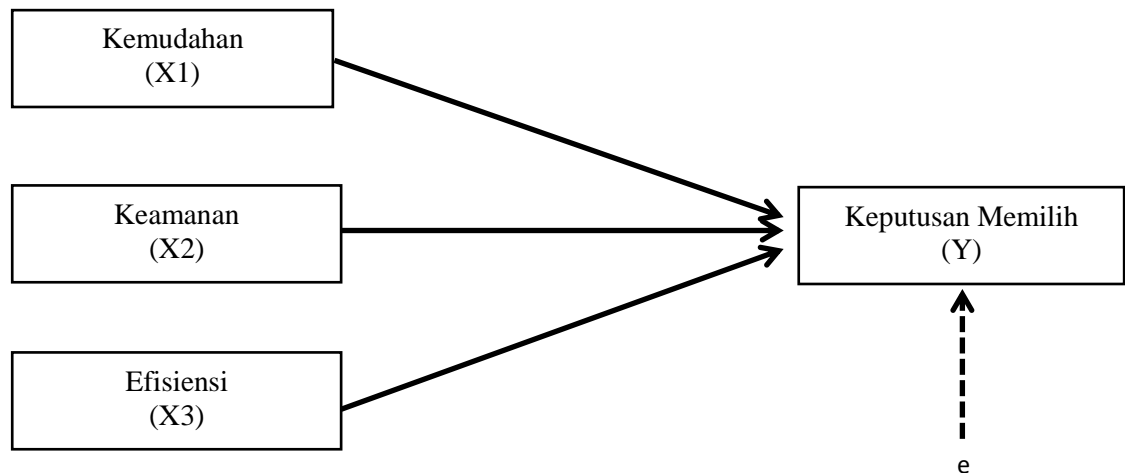
Kehadiran Go-jek di Kabupaten Banyumas membuat masyarakat memiliki semakin banyak pilihan dan dapat mengambil keputusan sesuai kebutuhannya. Keputusan menurut Stoner (2003) adalah pemilihan di antara berbagai alternatif,

yang mengandung tiga pengertian, yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, dari beberapa alternatif harus dipilih satu yang terbaik, serta ada tujuan yang ingin dicapai sehingga dengan keputusan yang diambil akan mendekati pada tujuan tersebut. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah. Pengambilan keputusan memilih jasa transportasi *online* sebagai alternatif yang banyak digemari oleh masyarakat dianggap sebagai salah cara untuk memecahkan persoalan transportasi konvensional. Pengambilan keputusan masyarakat memilih jasa transportasi *online* juga disebabkan karena jasa transportasi *online* memiliki beragam keunggulan. Menurut Wahyusetyawati (2017) transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, sehingga mendorong banyak orang beralih dari moda transportasi konvensional memilih menggunakan moda transportasi *online*.

Salah satu faktor yang membuat konsumen lebih memilih transportasi *online* karena dinilai lebih mudah dan cepat (Andilala, 2018). Faktor kemudahan ini juga sesuai dengan hasil penelitian Amajida (2016), bahwa dengan menggunakan *smartphone*, konsumen tidak perlu lagi menunggu dan mencari moda transportasi di pinggir jalan ataupun pangkalan, tetapi dapat menunggu di lokasi mereka berada karena armada Go-Jek yang akan menghampiri pengguna. Menurut Davis, *et al.* (1989) dalam Wahyuningtyas (2016), kemudahan (*percieved ease of use*) adalah tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Menurut Wahyuningtyas (2016), persepsi kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan juga mengandung arti bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan, karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah untuk dipahami dan tidak meyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya. Demikian juga model bisnis jasa transportasi mengalami perubahan sebagai salah satu bentuk perubahan sosial masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam penggunaan moda transportasi. Dimana berbagai perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan gejala yang normal dan perubahan dapat menjangar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern (Soekanto, 2009). Sejalan dengan penelitian Anwar (2017) bahwa beralihnya jasa pengguna transportasi konvensional ke transportasi *online* dipengaruhi oleh faktor kecanggihan teknologi (dalam hal ini alat komunikasi) dan keinginan masyarakat yang senantiasa menghendaki kemudahan.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen memilih Go-jek adalah keamanan. Sesuai dengan hasil penelitian Amajida (2016) bahwa konsumen merasa memperoleh rasa aman, dengan adanya kejelasan identitas pengendara, penggunaan GPS, standardisasi kondisi sepeda motor, dan fasilitas penunjang keselamatan berkendara (helm, masker, penutup rambut) yang disediakan untuk konsumen *Go-Ride*. Berdasar survey yang dilakukan Yayasan Lembaga

Konsumen Indonesia (YKLI) pada April 2017 mengungkap alasan masyarakat yang memilih transportasi *online*, yakni: murah (84,1%), cepat (81,9%), nyaman (78,8%), dan aman (61,4%). Alasan memilih transportasi *online* juga dapat dilihat dalam penelitian Anwar (2017), yaitu kepraktisan, transparansi, keterpercayaan, keamanan, kenyamanan, asuransi, ragam fitur, diskon dan promo, serta adanya lahan kerja baru/sampingan.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis penelitian:

1. Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas
2. Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas
3. Efisiensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi seluruh konsumen Go-Jek di Kabupaten Banyumas sejumlah lebih dari 5.000 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, dengan prosentase kelonggaran 10% sehingga diperoleh sampel 100 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan penentuan sampel tanpa sengaja (*accidental sampling*), dimana peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya saat itu. (Sugiyono (2009).

Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Untuk menguji model dan hipotesis dilakukan dengan tahapan uji asumsi klasik sebagai syarat agar alat analisis regresi dapat dilakukan, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi (Ghozali,

2013). Metode analisis regresi berganda dinilai dari uji f (goodness of fit) uji t, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tahap awal dalam penelitian ini adalah melakukan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, terhadap 30 responden awal. Dengan nilai r tabel pada derajat kebebasan (n-2) atau (31-2)=28 dan $\alpha=0,05$ diperoleh angka kritik tabel sebesar 0,361. Hasil uji validitas dan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 1.

Variabel	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
	Item Pernyataan	Keterangan	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Kemudahan (X1)	5	Valid	0,793	Reliabel
Keamanan (X2)	4	Valid	0,822	Reliabel
Efisiensi (X3)	3	Valid	0,822	Reliabel
Keputusan Memilih (Y)	4	Valid	0,748	Reliabel

Sumber : data primer diolah

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada Tabel 1 nampak bahwa semua item pernyataan valid dan reliabel, artinya instrumen layak untuk digunakan dalam pengambilan data.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik ditemukan bahwa:

1. Uji Normalitas: berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *asymptotic significance (2-tailed)* untuk *standardized residual variable* sebesar 0,770 dimana hasil tersebut lebih besar dari α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga layak menggunakan teknik analisis regresi.
2. Uji Multikolinearitas: berdasarkan hasil analisa uji Variance Inflation Factor (VIF) diperoleh nilai VIF variabel kemudahan sebesar 1,636; keamanan sebesar 1,693; dan efisiensi sebesar 1,720. Ketiga variabel menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi, sehingga dapat diartikan bahwa masing-masing variabel tersebut saling terpisah, tidak saling mempengaruhi dan tidak berkorelasi kuat.
3. Uji Heteroskedastisitas: dari hasil analisa menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t untuk masing-masing variabel bebas lebih besar dari α (0,05). Dengan variabel kemudahan sebesar 0,822, variabel keamanan

sebesar 0,594 dan variabel efisiensi sebesar 0,624 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat unsur heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Autokorelasi: berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) hitung sebesar 2,020. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai Durbin Watson tabel untuk $n = 100$ dan jumlah variabel (k) = 4, maka dapat ditentukan nilai $dU = 1,735$ dan $dL = 1,6131$. Dengan demikian, maka nilai Durbin Watson hitung berada di antara nilai dU (1,735) dan $4 - dU$ (2,264). Hal ini merupakan bukti tidak adanya autokorelasi positif maupun negatif dalam model regresi.

Analisa Regresi Linier Berganda

Untuk menguji pengaruh variabel kemudahan, keamanan dan efisiensi terhadap keputusan konsumen memilih transportasi *online* digunakan analisa regresi linear berganda. Model persamaan analisis regresi linear berganda tersusun sebagai berikut:

$$Y = 5,159 + 0,030X_1 + 0,263X_2 + 0,455X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 5,159 = nilai konstanta, artinya bilangan konstanta tersebut bernilai positif. Hal ini menjelaskan bahwa jika tidak ada keamanan, kemudahan dan efisiensi maka keputusan memilih konsumen bernilai positif.
- 0,030 = artinya koefisien regresi variabel kemudahan bernilai positif terhadap keputusan memilih. Hal ini mengindikasikan jika variabel kemudahan ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk memilih jasa transportasi *online*, dengan asumsi variabel yang lain tetap.
- 0,263 = artinya koefisien regresi variabel keamanan bernilai positif terhadap keputusan memilih. Hal ini mengindikasikan jika variabel keamanan ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk memilih jasa transportasi *online*, dengan asumsi variabel yang lain tetap.
- 0,455 = artinya koefisien regresi variabel efisiensi bernilai positif terhadap keputusan memilih. Hal ini mengindikasikan jika variabel efisiensi ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk memilih jasa transportasi *online*, dengan asumsi variabel yang lain tetap.

Berdasarkan *output* analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,368, hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan dan efisiensi (variabel bebas) dari model regresi mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat (keputusan memilih transportasi *online*) sebesar 0,368 persen, sedangkan sisanya yaitu 63,20 persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model. Nilai R^2 tersebut sangat kecil karena

<0,50 atau dibawah 50%. Hal tersebut memberikan peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel bebasnya.

Uji Kelayakan model (Uji F)

Uji F atau *goodness of fit test* digunakan sebagai pengujian kelayakan model. Hasil analisis menunjukkan nilai Fhitung sebesar 21,134, sedangkan nilai Ftabel dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau α 0,05 sebesar 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel (21,134 > 3,09), berarti menolak H_0 atau menerima H_a yang dapat diartikan bahwa model regresi layak digunakan untuk mengungkap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau memenuhi *goodness of fit*.

Uji T

Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, maka digunakan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Variabel kemudahan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,372. Hasil uji t untuk kemudahan diperoleh nilai t hitung yang lebih kecil dari nilai t tabel ($0,372 < 1,988$) dengan signifikansi sebesar 0,711 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan memilih, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas, **ditolak**. Pengaruh yang tidak signifikan ini disebabkan karena konsumen beberapa kali mengalami kendala sinyal internet yang buruk, GPS yang kurang akurat maupun masih ada alternatif moda transportasi umum lain yang mudah didapatkan konsumen.
2. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel keamanan mempunyai koefisien regresi sebesar 2,454. Hasil uji t untuk keamanan diperoleh nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($2,454 > 1,988$) dengan signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anwar (2017), Wahyusetyawati (2017) dan Amajida (2016).
3. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel efisiensi mempunyai koefisien regresi sebesar 3,808. Hasil uji t untuk efisiensi diperoleh nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($3,808 > 1,988$) dengan signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa efisiensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online* di Kabupaten Banyumas, diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian Andilala (2018) dan Amajida (2016) dan Anwar (2017).

SIMPULAN DAN KETERBATASAN

Simpulan

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online*, **ditolak**, karena dari hasil uji t diperoleh t hitung $0,372 < t$ tabel $1,988$ dan signifikansi $0,372 > \alpha = 0,05$.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online*, **diterima**, hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung $2,454 > t$ tabel $1,988$ dengan signifikansi $0,016 < \alpha = 0,05$.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa efisiensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jasa transportasi *online*, **diterima**, hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung $3,808 > t$ tabel $1,988$ dan nilai signifikansi $0,00 < \alpha = 0,05$.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah variabel bebas yang mempengaruhi keputusan memilih jasa transportasi *online* hanya tiga saja, maka untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain seperti promosi, kenyamanan, variasi layanan dan lain sebagainya. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah jumlah sampel penelitian dan memperpanjang periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Anis 2017. Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 6, Nomor 9, September 2017, ISSN: 2461-0593.
- Amajida, Fania Darma. 2016. Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online "Go-Jek" Di Jakarta. Jurnal Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi Volume 46. Nomor 1. Juni 2016 Issn (P) 0126-0650 Issn (E) 2502-3837
Doi: <https://doi.org/10.21831/Informasi.V46i1.9657>
- Andilala, Muh. Edo Aprillia, Fitra A. Bachtiar, Mochamad Chandra Saputra. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus: GO-JEK Indonesia). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548- 964X Vol. 2, No. 4, April 2018, hlm. 1638-1647

<http://j-ptiik.ub.ac.id>

Anwar, Ahsani Amelia. 2017. Online vs Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar. *Jurnal Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia Universitas Hasanuddin Makassar*. Vol.2 No.2 Desember 2017 ISSN 2527-9319 (p) 2548- 9747 (e)

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Bina Aksara. Jakarta

Aziah, Ayu dan Popon Rabia Adawia. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Jurnal Cakrawala Volume 18 No. 2 September 2018 P-ISSN 1411-8629, E-ISSN: 2579-3314*

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>

Damayanti, Slaudiya Anjani Septi. 2017. Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya. *Journal Universitas Airlangga*. <http://scholar.google.co.id>

<http://Fjournal.unair.ac.id>

Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivaariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Bp Universitas Diponegoro. Semarang.----- (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFU Universitas Diponegoro.

Hasan, M Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, Ghalia Indonesia, Jakarta

Khasanah, Nur Alifah, Maria Apsari Sugiati. 2016. Strategi Desain Call Jack Dan Implementasinya Pada Media Visual. *e-Proceeding of Art & Design Vol.3, No.3 December 2016 ISSN:2355-9349*

https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/121989/jurnal_eproc/strategi-desain-call-jack-yogyakarta-dan-implementasinya-pada-media-visual.pdf

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2011, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.

Stoner, James A.F. dan Charles Wankel, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen: Jilid 1*. 2003. Rineka Cipta. Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing

Tumuwe, Riswanto; Mahyudin Damis dan Titiek Muliati, 2018, Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado, Jurnal Holistik, Tahun XI No. 21A / Januari - Juni 2018

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/download/20562/20172>

Umar, H. 2006. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Ghalia Indonesia, Jakarta

Wahyuningtyas, Retno Asri. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 3. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Wahyusetyawati, Endang. 2017. Dilema Pengaturan Transportasi Online. Jurnal Rechtsvinding Online. https://rechtsvinding.bphn.go.id/jurnal_online

Sumber rujukan dari website:

<https://ldfebui.org/wp>. Dampak Gojek Terhadap Perekonomian diakses pada 1 Agustus 2018

<http://www.Go-Jek.com>. "Go-Jek Indonesia: An Ojek for Every Need."

<https://cnbcindonesia.com/market>. Kontribusi Go-jek Terhadap Ekonomi Indonesia Capai Rp 82 T. (diakses pada 1 Agustus 2018)

<https://cnnindonesia.com/ekonomi> diakses pada 1 Agustus 2018

<https://wikipedia.org/wiki/transportasi>. diakses pada 1 Agustus 2018.

<https://ylki.or.id/2017/07/YLKI>, 2017. Warta Konsumen: Transportasi Online; Kawan atau Lawan? diakses pada 1 Agustus 2018.

<https://www.kompasiana.com/paulusdamar/54f713e5a33311212f8b46f1>/harapan-untuk-transportasi-umum-negeriku ditayangkan 20 Juni 2015 diakses pada Oktober 2019.