

PENGARUH ATRIBUT DRIVER DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PENGGUNAAN JASA TRANSPORTASI ONLINE PT. GRAB INDONESIA DI KOTA MEDAN

Oleh

Ardiansyah¹, Sahnang Rangkuti, SE, MAP²

Email :sahnangrangkuti@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Aktivitas ekonomi dan bisnis, sosial, budaya dan sebagainya dari masyarakat, khususnya perkotaan, sangat dipengaruhi ketersediaan moda transportasi. Salah satu ciri khas masyarakat perkotaan adalah pergerakan manusia dan barang yang relatif padat, sehingga membutuhkan waktu relatif lama, kurang nyaman. Banyaknya kendaraan pribadi dan angkutan umum tetap saja dirasa kurang memadai dalam melayani kebutuhan masyarakat akan moda transportasi yang murah, aman dan nyaman. Melihat celah bisnis ini PT. Grab Indonesia berinisiatif dengan mendirikan transportasi online, termasuk di kota Medan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh *Atribut Driver* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa *transportasi online* PT. Grab Indonesia di Kota Medan.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, linear berganda dan uji hipotesa dengan uji t, F dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh variabel x_1 terhadap variabel y menunjukkan nilai t_{hitung} 4,274 > t_{tabel} 2,001 (sig 0,013 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Artinya *Atribut Driver* berpengaruh positif dan nyata terhadap Keputusan Konsumen pada penggunaan jasa transportasi online PT. Grab Indonesia di kota Medan.. Selanjutnya hasil uji pengaruh variabel (X_2) terhadap variabel (y) dengan nilai t_{hitung} 2,769 > t_{tabel} 2,001 (sig 0,018 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Artinya Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y). Dari hasil uji F dengan nilai 4,459 > F_{tabel} 3,16 dengan sig 0,000 < $\alpha_{0,05}$, Artinya *Atribut Driver* dan Kualitas Pelayanan secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y) pada taraf $\alpha_{0,05}$.

Kata Kunci : *Atribut Driver*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen

A. PENDAHULUAN

Transportasi adalah sebuah kebutuhan yang sangat penting sekarang ini. dalam setiap aktivitas manusia, baik aktivistas ekonomi, social budaya dan sebagainya. Kepadatan arus lalu lintas, khususnya transportasi darat di perkotaan, menyebabkan waktu yang dibutuhkan untuk pergerakan manusia atau barang menjadi lambat dan relative mahal. Tersedianya alat transportasi yang cepat, murah dan nyaman akan memungkinkan terjadinya aktivitas pergerakan orang dan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya secara efektif dan efisien.

Pentingnya alat transportasi sebagaimana diuraikan diatas membuat perusahaan memunculkan ide mendirikan sebuah usaha jasa antar jemput dengan menggunakan media canggih seperti aplikasi *handphone*. Perusahaan yang bergerak dalam bidang taksi *online* pun bermunculan. Berbagai sarana, fitur dan pelayanan jasa juga ditingkatkan guna memenangkan persaingan dalam mendapatkan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan sasaran utama agar perusahaan dapat terus berkembang.

Grab adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk

meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Selain jasa dan teknologi komunikasi, transportasi berbasis aplikasi *online* juga dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System* (GPS) untuk memberikan informasi keberadaan pengemudi dan pengguna dengan rute yang di inginkan. Pengguna Grab di Kota Medan, pada umumnya diduga merasa kecewa pada lemahnya fasilitas transportasi massal yang ada. Perlu diketahui, terdapat persoalan yang tidak lepas dari transportasi massal., antara lain adalah ; tidak adanya jadwal yang tetap, pola *rute* yang memaksa pengguna harus memilih.

Keutamaan dari atribut driver adalah mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen serta meningkatkan kenyamanan dan keamanan pada *driver* dan konsumen. Alasan lain mengapa *driver* wajib menggunakan *atribut driver* adalah agar konsumen atau masyarakat mengenali kehadiran *driver* saat berkendara di jalan. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan inilah yang akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang ada pada setiap individu untuk melakukan yang lebih baik lagi dari lainnya di dalam melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan. Namun demikian sebagian mitra pengemudi masih mengabaikan hal itu dengan tidak menggunakan atribut sebagaimana mestinya. Di samping itu pengemudi juga harus

memiliki tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramahannya, hal ini menggambarkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh taksi *online*. Seluruh identitas pengendara sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerjasama kemitraan. Ketika menggunakan ojek *online*, mitra pengemudi akan diberikan jaket, penutup kepala, helm, dan masker.

B. LANDASAN TEORI

A. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:”Apakah ada pengaruh *atribut driver* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa transportasi *online* PT. Grab Indonesia di Kota Medan baik secara parsial maupun bersama sama?”

B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *atribut driver* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa transportasi

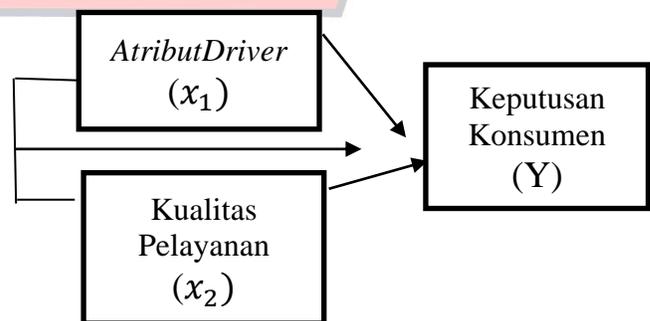
online PT. Grab Indonesia di Kota Medan, baik secara parsial maupun bersama sama”.

C. Kerangka Konsep

Pelayanan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan jasa untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Bagi perusahaan jasa transportasi atribut pengemudi (*driver*) adalah diantara kelengkapan untuk memberi keamanan, dan kenyamanan baik kepada pengemudi utamanya kepada konsumen. Selanjutnya jika kualitas pelayanan juga turut menentukan kepuasan konsumen, dan pada gilirannya akan melahirkan loyalitas konsumen. Tentunya jika Atribut Driver didukung dengan kualitas pelayanan yang terus diperbaharui akan meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih layanan Grab di Medan.

Berdasarkan uraian diatas secara skematis, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

2.1 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 : Diduga tidak ada pengaruh *Atribut Driver* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen pada PT. Grab Indonesia Medan, baik secara parsial maupun bersama – sama.

Ha : Diduga ada pengaruh *Atribut Driver* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen pada PT.Grab Indonesia Medan, baik secara parsial maupun bersama – sama.

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persentase kelonggaran kesalahan pengambilan sampel yang masih Dapat ditolerir, missal 10% atau 0,1.

Dengan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{150}{1 + 150(10\%)^2} = 60$$

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, peneliti menetapkan sampel sebanyak 60 orang dengan taraf kesalahan 10% teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengambilan sampel dengan secara acak.

C.METODE PENELITIAN

1.1. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi Penelitian ini berada pada PT. Grab Indonesia yang beralamat di CBD Polonia Jl. Padang Golf, Blok CC 28-29, Medan Polonia, 20157, Indonesia.

1.2 Populasi dan Sampel Penelitian.

Populasi penelitian ini adalah pengguna Grab yang ada pada komunitas grab and *brotherhood* 717 Medan yang beralamat di Jl. Taud No. 97 E Provinsi Sumatera Utara Kecamatan Medan Tembung Kelurahan Sidorejo Kode Pos 20222 Medan, pada bulan September s/d Oktober 2020 sebanyak 150 penumpang. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

D. PEMBAHASAN

Tekhnik Analisis dan Uji Hipotesis

Hasil Penelitian

Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4, melalui aplikasi dan kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia.

Hasil Uji.

- a. Uji Validitas dan Reabilitas.

Dari butir-butir pertanyaan yang diajukan kepada responden penelitian dilakukan pengujian validitas, dengan hasil seluruh pernyataan memiliki r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel, sehingga dapat dinyatakan status valid. Berikut ini pengujian reliabilitas yang dilakukan pada tiga variabel yang digunakan pada penelitian, yaitu:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂ dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Atribut Driver (X ₁)	0,757	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,704	Reliabel
Keputusan Konsumen (Y)	0,744	Reliabel

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

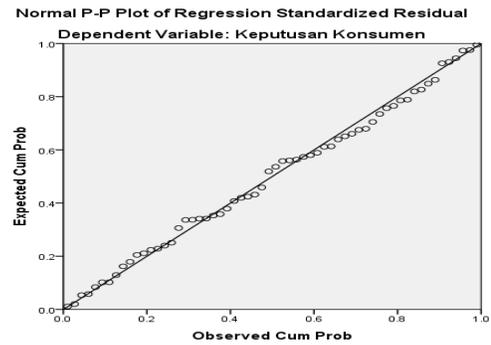
Dari data diatas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas setiap variabel > 0,6, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel penelitian ini realibel atau dapat dijadikan alat atau instrumen.

b. Uji Asumsi Klasik

a). Normalitas

Dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS diperoleh data sebagai berikut :

Gambar 4.1 Normalitas



Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

c. Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda dapat dilihat dari nilai koefisien B pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9 Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	15.505	7.258	
1 Atribut Driver	.617	.199	.441
Kualitas Pelayanan	.437	.158	.341

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

Dari perhitungan dengan menggunakan program komputer dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Schedule*) Versi 20,0 di dapat:

$$a = 15,505$$

$$b_1 = 0,617$$

$$b_2 = 0,437$$

Jadi persamaan regresi ganda linier untuk empat prediktor (atribut driver, kualitas pelayanan) adalah:

$$Y = 15,505 + 0,617 X_1 + 0,437 X_2$$

Keterangan:

- a) Nilai a = 15,505 menunjukkan bahwa jika variable independen yaitu atribut driver (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dalam keadaan konstant atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka keputusan konsumen(Y) adalah sebesar 15,505.
- b) Nilai koefisien regresi X₁ = 0,617 menunjukkan apabila atribut driver mengalami kenaikan sebesar 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan konsumen menggunakan jasa Grab sebesar 61,7%.
- c) Nilai koefisien regresi X₂ = 0,437 menunjukkan apabila Kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 100% maka akan mengakibatkan

meningkatnya keputusan konsumen menggunakan jasa Grab sebesar 43,7%

d. Pengujian Hipotesis

a). Uji t

Pengujian pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.505	7.258		2.136	.037
Atribut Driver	.617	.199	.441	2.744	.000
Kualitas Pelayanan	.437	.158	.341	2.769	.008

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

Dari tabel diperoleh hasil uji t pengaruh variabel atribut driver (X₁) terhadap keputusan konsumen (Y) sebesar t_{hitung} 4,274 > t_{tabel} 2,001 (sig 0,000), dimana signifikan t

lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti bahwa atribut driver (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y). Selanjutnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan konsumen (Y) diperoleh hasil $t_{hitung} 2,769 > t_{tabel} 2,001$ (sig 0,008), dimana signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.368 ^a	.135	.105	3.38417	2.105

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Atribut Driver

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b). Uji F

Hasil uji F masing masing variable atribut driver dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	102.134	2	51.067	9.459	.000 ^a
Residual	652.799	57	11.453		
Total	754.933	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Atribut Driver

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

Nilai F_{hitung} pada tabel di atas adalah 9,459 dengan $sig\ 0,000 < \alpha = 0,05$ atau diperoleh nilai signifikansi $0,000 <$ dari nilai probabilitas 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti atribut driver (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) pada taraf $\alpha = 0,05$.

c). Koefisien Determinasi

Kontribusi kedua variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.12

Nilai R – Square

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2020

Dari data table diatas, nilai R adalah 0,368, berarti Atribut Driver dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dan dengan melihat R-Square adalah 0,135 maka diketahui bahwa pengaruh atribut driver dan kualitas pelayanan sebesar 0,135 atau

13,5 % terhadap keputusan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa atribut driver berpengaruh pada keputusan konsumen menggunakan jasa grab. Hal ini berarti konsumen memandang atribut merupakan hal yang penting digunakan untuk para pengemudi ojek online khususnya Grab. Oleh karena itu perusahaan berusaha merancang, menciptakan dan menggunakan atribut driver sebagai tanda pengenal pengemudi grab. Namun demikian, sebagian pengemudi masih memiliki kesadaran yang rendah dalam penggunaan atribut sesuai dengan aturan perusahaan. Berbagai hal yang berkaitan dengan atribut yang diabaikan pengemudi antara lain tidak menggunakan atribut pada malam hari. Kondisi ini tentunya tidak baik bagi pengemudi maupun penumpang dalam menciptakan keamanan dan kenyamanan transportasi. Abai dalam penggunaan atribut pada dasarnya disebabkan karena penerapan aturan yang kurang tegas atau lemahnya sanksi, kurangnya perhatian dari petugas keamanan di perumahan atau daerah – daerah setempat, dan kurangnya pengawasan di lapangan oleh tim satgas Grab. Disamping ada warna hijau yang digunakan oleh pengemudi Grab dianggap membingungkan konsumen karena mirip dengan warna yang digunakan perusahaan pesaing. Sehingga konsumen bingung untuk membedakan antara

pengemudi Grab atau pengemudi pesaing. Hal ini tentunya dapat berdampak buruk kepada perusahaan Grab. Sebab hal – hal yang tidak baik yang dilakukan pengemudi dari perusahaan lain bisa dianggap dilakukan oleh pengemudi Grab.

Sementara itu hasil uji tatas variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Konsumen (y), disimpulkan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y). Secara umum pelayanan dari pengemudi kualitasnya relative masih rendah dan belum memuaskan. Berbagai komplain konsumen atau kurangnya pelayanan antara lain disebabkan karena kondisi kendaraan yang kurang baik, pengemudi merokok saat mengemudi, pengemudi membatalkan orderan secara sepihak. Hal ini terjadi karena kurangnya pelatihan atau sosialisasi yang diberikan perusahaan Grab kepada pengemudi mengenai disiplin merokok serta selalu mengecek kondisi kendaraan dan kebersihannya, serta kecilnya bonus (insentif) yang diberikan perusahaan jasa Grab kepada pengemudi juga mempengaruhi pelayanan yang diberikan pengemudi kepada penumpang.

Dalam mencapai tujuan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pasien maka perlu diperhatikan hal yang berperan penting dalam menentukan persepsi kualitas dalam pelayanan konsumen antara lain meliputi peranan para pengemudi Grab. Dari hasil penelitian juga

menunjukkan bahwa masih ada keraguan konsumen untuk menggunakan transportasi online. Keraguan tersebut antara lain dalam hal pelanggaran privasi seperti mengirimkan pesan melalui media social (whatsapp) yang tidak pantas kepada penumpang setelah mengantarkan penumpang. Hal ini terjadi karena aplikasi ojek online ini memungkinkan para pengemudi (*driver*) dan penggunanya untuk saling mengetahui nomor handphone masing – masing, tujuannya adalah untuk memudahkan komunikasi ketika proses pemesanan, tapi oleh beberapa oknum pengemudi malah dijadikan alat untuk melanggar privasi pelanggannya. Tentu hal ini bila dibiarkan terus berlangsung akan sangat merugikan perusahaan.

E. Kesimpulan

1. Atribut driver berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen pada penggunaan jasa transportasi online PT. Grab indonesia di kota Medan dan diketahui bahwa atribut warna grab masih membingungkan konsumen dalam membedakan dengan warna perusahaan pesaing.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen pada penggunaan jasa transportasi online PT. Grab indonesia di kota Medan dan diketahui bahwa layanan kepada konsumen belum maksimal, antara lain sebagian pengemudi

tidak memberi nomor kontak untuk memudahkan konsumen menghubungi dan tidak terlalu lama menunggu serta belum dilakukan sosialisasi kepada pengemudi tentang pentingnya mematuhi rambu – rambu lalu lintas demi keselamatan bersama.

3. Atribut driver dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dan diketahui bahwa belum diberikan sosialisasi kepada pengemudi untuk menjaga kualitas layanan dan atribut antara lain menjaga kebersihan jaket, helm dan kesiapan kendaraan

F.DAFTAR PUSTAKA

- Arief, 2018, Dasar – Dasar Marketing, Penerbit QUADRANT, Yogyakarta.
- Daryanto dan Ismanto, 2014, Konsumen dan Pelayanan Prima, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Donni Juni Priansa, 2017, Manajemen Pelayanan Prima, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah, 2016, Perilaku Konsumen, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2014, Pemasaran Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Juliandi,Azuar, dkk. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis, Penerbit Umsu Press, Medan.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 yang merupakan penyempurnaan dari Keputusan Menteri PAN No. 81 Tahun 1993
- Sugiyono,2015, Metode Penelitian Manajemen,

Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*.

Bandung : ALFABETA, CV.

Sunyoto Danang, 2017, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, Penerbit CAPS, Yogyakarta.

Sunyoto Danang, Fathonah Eka Susanti, 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit CAPS, Jakarta.

Uhar Suharsaputra, 2012, *Metode Penelitian*, Penerbit Reflika Aditama, Bandung.

Uhar Suharsaputra, 2018, *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit Caps, Yogyakarta.

