

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN JASA GRAB DI BANJARBARU

(Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru)

Olva Alvionita¹

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Pembimbing 1 : Akhmad Samhudi², Pembimbing 2 : Farida Yulianti³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 17310244

²Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 195991031002

³Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 1125097401

Email: Olvaalvionita5@gmail.com/082353183422

ABSTRAK

Olva Alvionita, 2021, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Grab Di Banjarbaru (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru). Pembimbing I: H. Akhmad Samhudi, M.M, Pembimbing II: Farida Yulianti

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan jasa Grab di Banjarbaru. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan jasa Grab di Banjarbaru. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Menggunakan jasa Grab di Banjarbaru.

Adapun indikator dari tiap variable yang pertama kualitas pelayanan indikatornya adalah tangible (berwujud), reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), empathy (empati). Dari variabel harga indikatornya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Dan dari variable keputusan penggunaan adalah pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan tempat penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan jasa Grab di Banjarbaru. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menggunakan jasa Grab di Banjarbaru.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Menggunakan

ABSTRACT

Olva Alvionita, 2021, Analysis of the Effect of Service Quality and Price on Decisions to Use Grab Services in Banjarbaru (Study on Students and Students of the Faculty of Economics, Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjarbaru). Supervisor I: H. Akhmad Samhudi, Supervisor II: Farida Yulianti

This study aims to examine: (1) To determine and analyze the effect of Service Quality on Decisions to Use Grab services in Banjarbaru. (2) To find out and analyze the effect of price on the decision to use Grab services in Banjarbaru. (3) To find out and analyze the effect of Service Quality and Price on Decisions to Use Grab services in Banjarbaru.

The indicators for each variable are the first service quality indicators are tangible (tangible), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee), empathy (empathy). From the price variable the indicators are price affordability, price suitability with product quality, price competitiveness, price suitability with benefits. And from the use decision variables are product selection, brand selection, dealer selection, time of purchase, number of purchases, payment methods

This study uses quantitative analysis. The data analysis method used is multiple linear regression analysis technique, classical assumption test, F test, t test, coefficient of determination.

The results of this study indicate that service quality and price simultaneously affect the decision to use Grab services in Banjarbaru. Price has a partial effect on the decision to use Grab services in Banjarbaru.

Keywords: Quality of Service, Price, Decision to Use

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini ditandai dengan pertumbuhan industri yang begitu pesat. Hal ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, perusahaan dituntut agar harus memiliki kemampuan yang kompetitif agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya ataupun melakukan ekspansi bisnis dengan melakukan berbagai macam strategi demi memperkenalkan produknya pada masyarakat. Pada era milenial ini jugamenuntut masyarakat untuk mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, karena melihat saat ini tekhnologi yang berbentuk internet sudah menjadi kebutuhan bagi sebgian kalangan.

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin meningkat membuat masyarakat tidak lagi terbatas oleh waktu dan tempat untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Terlebih lagi pada zaman sekarang telah banyak masyarakat yang menggunakan handphone android yang dapat mengakses segala informasi dimana saja dan kapan saja dengan durasi yang sangat cepat melalui jaringan yang dinamakan internet. Dengan adanya internet telah banyak

sektor-sektor bisnis yang dijalankan melalui jaringan internet seperti toko online, dan juga jasa transportasi online.

Dalam sektor bisnis banyak yang menjadi tolok ukur pertimbangan keputusan konsumen terhadap suatu produk diantaranya yaitu, kualitas jasa yang

diberikan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu peningkatan dan perbaikan kualitas jasa sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan. Oleh karena itu pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin menarik perhatian para konsumen karena konsumen akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. selain pelayanan, harga juga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa pada konsumen. harga adalah jumlah yang ditawarkan untuk memperoleh barang atau produk dan juga jasa pelayanan yang menyertainya. Diterima atau tidaknya sebuah produk tergantung pada murah atau mahalny suatu produk dengan melihat dari beberapa indikator harga produk yang ditawarkan, kemudian membandingkan harga produkserupa

yang dijual oleh perusahaan lainnya.

Untuk keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sebagai sasaran pemasaran. Seperti diketahui, kebutuhan dan keinginan konsumen mempunyai keanekaragaman serta mempunyai banyak tingkatan pula. Oleh karena itu, di dalam melaksanakan konsep pemasaran, perusahaan yang berorientasi kepada konsumen tidaklah semata-mata berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada tingkat biaya sebarang, sehingga merugikan perusahaan.

Setelah melaksanakan pelayanan yang baik dan memberikan harga yang baik bagi konsumen maka segala keputusan dalam pembelian produk akan diserahkan kepada konsumen itu sendiri. Keputusan tersebut diambil melalui beberapa pertimbangan dalam mengambil tindakan. William J. Stanton menyebutkan bahwa keputusan menggunakan untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti kebutuhan akan cukup terpenuhi melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan harga dan pelayanan

yang diterima maka konsumen tersebut mungkin tidak akan mengulang kembali keputusan menggunakan nya dengan mempertimbangkan berbagai alternatif produk lainnya. Pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami pemasar. Menurut Schiffman dan Kanuk pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari input, proses dan *output*.

Perusahaan transportasi Grab sebagai salah satu perusahaan jasa yang tentunya mempunyai kemampuan untuk bersaing dengan perusahaan transportasi online yang lainnya seperti Go-Jek dan Maxim yang sekarang ini lagi disenangi oleh masyarakat. Salah satu angkutan jasa online yang banyak digemari masyarakat adalah aplikasi Grab dan di urutan kedua ada aplikasi Grab yang dua aplikasi transportasi online ini saling bersaing sengit disetiap tahunnya, aplikasi ini cukup ramai digunakan dan terbukti telah mendapatkan Top Brand Award dua tahun berturut-turut.

Tabel 1. 1 Daftar tabel ojek online menurut Top Brand Award tahun 2020

JASA TRANSPORTASI ONLINE

BRAND	TBI 2020	Fase 2
--------------	-----------------	---------------

Gojek	47.3%	TOP
Grab	43.5%	TOP

(Sumber :https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=grab)

TBI atau Top Brand Index merupakan presetas yang didapat dari hasil pemilihan konsumen yang kemudian mendapat kategori TOP apabila nilainya paling tinggi. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa posisi gojek berada di urutan pertama yang menandakan bahwa gojek lebih banyak digemari masyarakat. Kendati demikian, penggunaan aplikasi Go-Jek perlahan menurun pada saat riset ini dilakukan. Kini, kebanyakan responden sudah menggunakan Grab. Saat responden ditanyakan aplikasi ojek online yang digunakan saat ini, Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019 - kuartal II/2020 mencatat, Grab dan Gojek menjadi layanan aplikasi transportasi online yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Ada 21,3% responden yang mengaku sering menggunakan aplikasi Grab untuk transportasi. Sementara, 19,4% responden mengaku kerap menggunakan aplikasi Gojek saat hendak bepergian. Responden yang memilih layanan aplikasi transportasi online lainnya,

seperti Anterin, Bonceng, Maxim, dan FastGo berada di rentang 0,1%-0,3%. Adapun, 58,1% responden mengaku tak pernah menggunakan layanan aplikasi transportasi online.

Survei APJII melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) 1,27%. Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020.

Persaingan diantara transportasi online juga dapat dilihat dari persaingan tarif jasa dari dua aplikasi tersebut. Disini penulis melihat dari dua platform transportasi online yaitu Grab dan Gojek .

Bagian ini akan melihat komparasi pada tarif yang dikenakan oleh Gojek dan Grab di setiap kilometer-nya. Tarif ini meliputi tarif ojek motor dan mobil. Tidak termasuk tarif layanan lain seperti makanan, belanja, dll.

Sebagai catatan, tarif di bawah tentu akan berbeda-beda untuk berbagai wilayah di Indonesia. Seiring perkembangan Gojek dan Grab, sewaktu-waktu bisa terjadi perubahan harga tanpa sepengetahuan kami.

Dilihat dari aplikasi Grab lebih unggul dari Go-jek karena Grab menawarkan harga lebih

murah dari pesaingnya yaitu Go – jek. Hal ini

dapat dilihat pada gambar berikut :

Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Gojek dan Grab

Layanan	Gojek	Grab
Motor	<ul style="list-style-type: none">• Rp2.500/km untuk jarak 0-12 km• >12 km dikenai tambahan Rp3.000/km• Tarif minimum Rp10.000	<ul style="list-style-type: none">• Rp1.750/km untuk jarak 0-12 km• >12 km dikenai tambahan Rp3.000/km• Tarif minimum Rp10.000
Mobil	<ul style="list-style-type: none">• Rp3.500/km• Tarif minimum Rp10.000• (untuk wilayah tertentu bisa berbeda)	<ul style="list-style-type: none">• Rp3.000/km• Tarif minimum Rp10.000• (untuk wilayah tertentu bisa berbeda)

Sumber: <https://wisatabagus.com/perbandingan-gojek-dan-grab/>

Mahasiswa/i merupakan kaum intelektual yang juga tidak terlepas dari teknologi internet dalam kegiatannya baik dalam perkuliahan ataupun hal-hal lainnya yang menunjang segala kegiatannya. Dengan adanya internet segala urusan akan lebih mudah dan cepat terselesaikan. Maka dari itu mahasiswa pun dituntut menguasai pengetahuan di bidang internet. Disamping itu, kehidupan mahasiswa/i yang ingin segala sesuatu yang cepat dan praktis juga didukung oleh kondisi keuangan yang tidak stabil. Maka mahasiswa/i cenderung mencari segala sesuatu yang bisa

memenuhi kebutuhannya tanpa mengeluarkan biaya yang berlebihan. Dalam hal ini juga, mahasiswa/i sangat membutuhkan transportasi untuk berangkat ke kampus terutama mahasiswa/i yang letak tempat tinggalnya lumayan jauh dari kampus. Sehingga mahasiswa/i akan mencari angkutan/transportasi yang sesuai dengan kondisi keuangannya.

Maka dari itu penulis menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarbaru sebagai objek penelitian karena mahasiswa sangatlah kritis

dalam mengambil sebuah keputusan sehingga menurut penulis mahasiswa baik dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini. Maka dari uraian diatas, peneliti ingin meneliti mengenai **“Pengaruh Harga dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari (UNISKA MAB) Banjarbaru.”**

2. Penjelasan judul

Agar penelitian ini jelas fokus masalahnya dan tidak bias. Maka perlu di berikan penjelasan terkait dengan judul atau masalah yang ditetapkan, yaitu : **“Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari (UNISKA MAB) Banjarbaru”**

1. Analisis

Istilah kata analisis sebagaimana tertulis pada awal judul diartikan sebagai sesuatu menjadi bagian atau penentu utama dalam penulisan yang merupakan

uraian dari suatu hal.

2. Jasa/layanan

Menurut Kotler dan Keller (Tjiptono dan Chandra, 2016; 13), jasa adalah “setiap tindakan atau perbuatan yang tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun serta dapat dilakukan oleh pihak lain”. Terkait layanan Gronroos (Tjiptono dan Chandra, 2016:13), seringkali terjadi interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan tanpa sepengetahuan pihak-pihak yang terlibat. Selain itu, pelanggan individu tidak boleh berinteraksi langsung dengan perusahaan. Kualitas layanan / layanan

3. Kualitas Pelayanan/Jasa

Menurut Kasmir (2017: 47), layanan adalah tindakan atau tindakan individu atau organisasi untuk memuaskan pelanggan, karyawan, dan manajer. Layanan dan layanan pelanggan. Rusydi (2017:39) mengklaim bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik dibandingkan dengan para pesaingnya.

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:78), harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu pertimbangan yang digunakan konsumen ketika hendak membeli barang dan jasa. Sebelum membeli barang atau jasa, konsumen akan mempertimbangkan apakah uang yang dikeluarkan akan sesuai dengan kualitas barang atau jasa yang akan diperolehnya. Dalam hal ini perusahaan harus mampu memberikan harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas agar dapat menarik minat beli konsumen dan bersaing di pasar.

5. Keputusan menggunakan

Keputusan menggunakan merupakan langkah dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan sebelum tindakan pasca pembelian. Pada tahap pengambilan keputusan, konsumen dihadapkan pada beberapa pilihan, di mana mereka mengambil tindakan untuk mengambil keputusan untuk membeli suatu produk berdasarkan pilihan yang disajikan. Di bawah ini adalah beberapa

definisi pilihan penggunaan oleh para ahli. Menurut Bukhari Alma (2013: 96), keputusan penggunaan adalah sebagai berikut: “Keputusan penggunaan adalah pilihan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi finansial, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Sehingga membentuk suatu sikap dalam diri konsumen untuk mengolah segala informasi dan menarik kesimpulan berupa tanggapan yang timbul dari produk apa yang akan dibeli. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai berikut: Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka. dan ingin. yang berarti bahwa keputusan untuk menggunakan merupakan bagian dari perilaku konsumen Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau

pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

3. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab?
- 3) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama – sama terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab?

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayan dan harga secara bersama – sama terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi Grab.

5. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk:

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan juga dapat dijadikan rujukan bagi penelitian yang akan datang

2. Manfaat Praktis

(1) Bagi Pemerintah Daerah Penelitian ini berguna untuk pengambilan keputusan bagi pemerintah daerah dalam mengatur regulasi mengenai transportasi online

(2) Bagi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al - Banjari Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan Universitas Muhammad Arsyad Al - Banjari

dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

- (3) Bagi Perusahaan Jasa Transportasi Online Penelitian ini berguna untuk pengambilan keputusan mengenai penerapan strategi yang tepat untuk keberlangsungan usahanya.
- (4) Bagi Mahasiswa Penelitian ini akan membantu penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah di dapat selama tahap belajar, juga menambah pengetahuan mengenai penelitian.
- (5) Bagi Masyarakat Dapat memberikan wawasan secara teoritis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan .

6. Metode Penelitian

Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, ada empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu metode ilmiah, data, dan kegunaan. Menurut Darmadi (2013:153), metode penelitian adalah cara

ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan kegunaan tertentu. Metode ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri ilmiah, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian yang ada, jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang ada secara analitis untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel dan pengukuran data berdasarkan teknik analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel atau pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan menggunakan pelanggan Grab Banjarbaru.

6.1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini juga bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

6.2) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru di Jl. Salak No.44, Loktabat Sel., Kec. Banjarbaru Selatan, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714

6.3) Populasi dan Sampel

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsika Banjarbaru

2) Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar dan peneliti tidak

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Teknik dalam pengambilan sampel adalah dengan sampling jenuh, menurut sugiyono (2018:85) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus, dimana pengambilan sampel adalah

6.4) Jenis – jenis Data

(1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2018:213). Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu.

(2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data yang

tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui oranglain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

6.5) Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Tersiana (2018: 12) mendefinisikan observasi yaitu proses pengamatan menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu. Pada dasarnya, observasi bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas, individu, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu. Teknik obeservasi ini akan menggunakan alat bantu, yaitu berupa draft atau daftar penelitian hasil observasi.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan

dengan topik penelitian. Hal yang akan diamati yaitu perilaku konsumen Grab Banjarbaru

2) Metode angket (Kuisisioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup.

Instrument kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrument yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

Menurut Sugiyono (2018: 93) “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Kuesioner atau

angket tersebut menggunakan skala likert dengan bentuk checklist. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 1. 3 Skala Likert

Sangat setuju	(SS)
diberi skor 5	
Setuju	(S)
diberi skor 4	
Netral	(N)
diberi skor 3	
Tidak setuju	(TS)
diberi skor 2	
Sangat tidak setuju	(STS)
diberi skor 1	

Sumber: Sugiyono (2018: 135)

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015: 329). Adanya dokumentasi untuk mendukung data.

Hal-hal yang akan didokumentasikan dalam penelitian ini adalah partisipasi dan prosesi penjawaban kuisisioner yang dilakukan oleh pelanggan Grab Banjarbaru

6.6) Teknik Pengolahan Data

Menurut sutabri (2013:21) pengolahan data adalah manipulasi dari data kedalam bentuk yang berguna dan lebih berarti, berupa suatu informasi yang dapat digunakan oleh orang-orang yang membutuhkan.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu dekriptif dan kotak- kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya.

Tahap Pengelolaan Data Menurut Notoatmodjo (2012), analisa data dilakukan melalui pengolahan data yang dilakukan melalui beberapa tahap yaitu editing, coding, entry, cleaning data dan tabulating data.:

1. Editing data

Secara umum, enhance adalah hobi untuk menguji dan menyempurnakan isi dari bentuk atau angket yang dijejalkan. Dalam penelitian ini, apa yang peneliti lakukan berubah menjadi melihat kembali informasi yang diterima atau diperoleh responden. Kemudian penyempurnaan dilakukan pada derajat deret informasi atau setelah informasi diperoleh (Notoatmodjo, 2012).

2. Coding data

Bertujuan untuk memilih informasi yang masih harus dibayar dan menawarkan nomor. Hal ini untuk mempermudah dalam melakukan evaluasi informasi. Dalam penelitian ini, apa yang peneliti lakukan berubah menjadi setelah kuesioner diubah menjadi diedit atau diedit, kemudian coding atau pengkodean diubah menjadi selesai, memberikan kode untuk solusi pertanyaan, khususnya setiap responden (Notoatmodjo, 2012).

3. Entry data

Setelah semua field benar-benar dan efisien dijejali, dan ditambah dengan skip

coding, maka langkah selanjutnya adalah mengolah informasi untuk evaluasi. Teknik informasi dilengkapi dengan bantuan pemanfaatan informasi dari kuesioner ke perangkat laptop (Notoatmodjo, 2012).

4. Cleaning data

Memeriksa ulang informasi yang sudah ada dalam akses ke kesalahan kode peer yang layak, ketidaklengkapan, dan kemudian melakukan perbaikan. Setelah semua informasi diubah menjadi diolah, peneliti memeriksa sekali lagi untuk memastikan tidak ada kesalahan kode atau ketidaklengkapan (Notoatmodjo, 2012).

5. Tabulating data

Memasukkan informasi di dalam meja distribusi frekuensi yang disediakan secara kebetulan agar informasi diterima dari setiap variabel. Dalam penelitian ini, peneliti membuat tabulasi informasi penggunaan program software SPSS model 25 for window (Notoatmodjo, 2012).

6.7) Teknik Analisis Data

1) Metode Statistik Deskriptif

Evaluasi statistik adalah evaluasi statistik yang digunakan untuk menyelidiki informasi dengan menggunakan penggambaran informasi yang telah diperoleh tanpa tujuan untuk membuat kesimpulan yang mengikuti masyarakat umum atau generalisasi (Ali Muhson, 2013):

1). Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.

Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

- Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstab*). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.

- Penyajian data dalam bentuk visual seperti *histogram*, *poligon*, *give*, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel (*pie chart*), dan diagram lambang.
- Penghitungan ukuran tendensi sentral (mean, median modus).
- Penghitungan ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil).
- Penghitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, range, deviasi kuartil, mean deviasi, dan sebagainya).

2) Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Dimana :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y = Y (Keputusan Menggunakan)

α = Konstanta persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi X1

β_2 = Koefisien regresi X2

X1 = X1 (Kualitas {Pelayanan})

X2 = X2 (Harga)

e = Epsilon atau
pengganggu

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *ordinary least square*. Untuk meyakinkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedasitas, dan normalitas.

3) Uji Validitas

Sugiyono (2016: 177) Validitas menunjukkan tingkat ketepatan antara data yang benar-benar terjadi pada item tersebut dengan data yang dikumpulkan peneliti untuk menemukan validitas item tersebut. Hubungkan skor item dengan jumlah item ini. Jika faktor antara item dan jumlah item lebih besar atau sama dengan 0,3, item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya lebih kecil dari 0,3, item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi

X : skor butir

Y : skor total yang diperoleh

N : jumlah responden

(Arikunto, Suharsimi, 2006:170)

Dalam rumus Korelasi Product Moment dari pearson, suatu indikator dikatakan valid apabila $N = 30$ dan $\alpha = 0,05$ maka r tabel = 0,361 dengan ketentuan :

Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} (0,361) = \text{valid}$

Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} (0,361) = \text{tidak valid}$

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS Ver 16 (Statistical Product and Service Solution) dimana r hitung tiap item () bisa dilihat pada tabel korelasi.

4) Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator dari

variabel atau konfigurasi. Kuesioner dikatakan kredibel atau kredibel jika respon seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Konsistensi hasil survei diukur dengan penggunaan berulang menggunakan uji reliabilitas. Jawaban responden atas suatu pertanyaan dianggap reliabel jika dijawab secara konsisten atau jika jawabannya tidak dapat diacak. Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan faktor alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas. Ukurannya adalah kompleksitas tugas, tekanan kepatuhan, pengetahuan auditor, dan penilaian audit. Kriteria menurut Ghazali (2018: 46) adalah jika faktor alfa cronbach $> 0,70$, pertanyaan dinyatakan reliabel atau konfigurasi atau variabel dinyatakan reliabel. Di sisi lain, faktor alfa Cronbach $< 0,70$ soal dinyatakan tidak reliabel. Keandalan koefisien alpha Cronbach dihitung dengan menggunakan program IBM SPSS. Tabelnya terlihat seperti ini:

Tabel 1. 4 Tabel Skala Cronbach Alpha

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel

$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

Sumber : Ghazali (2018:46),

5) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018:107) tujuan pemeriksaan multikolinearitas untuk memeriksa apakah versi regresi menggal korelasi antar variabel yang tidak bias (tidak bias). Jika variabel-variabel yang tidak bias dikorelasikan satu sama lain, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel tak bias yang biaya korelasi antar variabel tak bias identik dengan nol. Untuk memeriksa ada atau tidaknya multikolinearitas, biaya toleransi atau faktor inflasi varians (VIF) dapat digunakan. Biaya toleransi yang rendah sama dengan biaya VIF yang berlebihan (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Cutoff cost yang biasanya digunakan untuk menandakan adanya multikolinearitas adalah Tolerance cost sebesar 0.10 atau serupa dengan biaya VIF 10. Jika Tolerance cost $> 0,10$ atau cost VIF < 10 , hal ini menunjukkan bahwa mungkin tidak terjadi multikolinearitas.

a. Nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan VIF ≥ 10 , maka terdapat gejala multikolinieritas

b. Nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 , maka tidak terdapat gejala multikolinieritas

6) Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghozali (2018:137) tujuan pemeriksaan heteroskedastisitas untuk memutuskan apakah di dalam versi regresi mungkin ada ketidaksamaan varians dari residual 1 komentar ke setiap komentar lainnya. Jika varians residual dari satu komentar ke setiap komentar lainnya tetap ada, ini disebut sebagai Homoskedastisitas dan jika ini luar biasa, ini disebut sebagai Heteroskedastisitas. Versi regresi yang tepat adalah satu-satunya dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas. Untuk menemukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas, itu dilakukan dengan mencari ada atau tidak adanya sampel pasti di plot grafik di antara biaya yang diantisipasi dari variabel yang ditetapkan atau yang ditetapkan, khususnya ZPRED dan sisa SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan

mencari ada tidaknya gaya tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah antisipasi Y, dan sumbu X adalah residual terpelajar (Y diantisipasi - Y sebenarnya). Berdasarkan sebagai berikut:

1. Jika ada sampel pasti, bersama-sama dengan titik-titik membentuk sampel biasa yang pasti (bergelombang, melebar kemudian menyempit), menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

7) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah noise atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Identifikasi normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov pada taraf 0,05. Jika data dalam sampel survei lebih signifikan dari 0,05, maka data sampel dalam survei ini memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika signifikansi data sampel lebih kecil dari 0,05, maka data sampel dalam penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

1) Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden penelitian adalah terdiri dari jenis kelamin, usia dan Uang saku/ Penghasilan per bulan, yaitu sebagai berikut.

(1) Jenis Kelamin

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	11	24.4	24.4	24.4
	Perempuan	34	75.6	75.6	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 responden, terdapat 11 responden laki – laki (24,4%) dan 34 responden perempuan (75,6%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna jasa Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al - Banjari

adalah berjenis kelamin perempuan. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pengguna jasa Grab lebih banyak perempuan dikarenakan mereka takut untuk membawa motor sendiri sebagian ada yang tidak bisa menggunakan sepeda motor oleh karena itu Grab dipilih sebagai transportasi yang mereka gunakan karena lebih aman dan terpercaya.

(2) Usia

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik usia responden penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur/Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	17	37.8	37.8	37.8
	22	15	33.3	33.3	71.1
	23	9	20.0	20.0	91.1
	24	2	4.4	4.4	95.6
	25	2	4.4	4.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 responden, terdapat 17 responden (37,8%) berusia 21 tahun, 15

responden (33,3%) berusia 22 tahun, 2 responden (4,4%) berusia 24 tahun, 2 responden (4,4%) berusia 25 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari Banjarbaru yang merupakan pengguna jasa Grab paling banyak berusia 21 tahun. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pengguna jasa Grab lebih banyak umur 21 dikarenakan peneliti mengambil mahasiswa pada semester 8 di Uniska yang mana rata – rata sepekan 21 tahun.

(3) Uang Saku per-Bulan

Data yang diperoleh dari kuesioner tentang karakteristik uang saku per bulan pada responden penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan per-Bulan

Uang saku/Penghasilan per bulan					
		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulative Percent
Valid	<Rp.500.000	15	33.3	33.3	33.3
	Rp.500.000 - Rp.1.000.000	12	26.7	26.7	60.0
	Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000	4	8.9	8.9	68.9

Rp.1.500.000	14	31.1	31.1	100.0
Total	45	100.0	100.0	

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 responden, terdapat 15 responden (33,3%) yang mendapatkan uang saku/penghasilan per-bulan sebesar kurang dari Rp.500.000, 12 responden (26,7%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.500.000 - Rp.1.000.000, 4 responden (8,9%) dengan uang saku/penghasilan per bulan sebesar Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000, dan 14 responden (31,1%) dengan uang saku/penghasilan per bulan lebih dari Rp.1.500.000. Hasil ini menunjukkan bahwa paling banyak pengguna jasa Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari mendapatkan uang saku per bulan kurang dari Rp.500.000. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pengguna jasa Grab lebih banyak uang saku per bulan kurang dari Rp.500.000 karena sebagian masih belum bekerja dan apabila bekerja hanya pekerja part time.

2) Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data hasil kuesioner terhadap

variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Keputusan menggunakan Grab (Y) yang diolah menggunakan program SPSS, diperoleh hasil deskriptif penilaian responden terhadap masing – masing variabel dalam penelitian sebagai berikut:

(1) Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Driver grab menerima dan memproses orderan penumpang dengan segera sehingga waktu tunggu penumpang tidak lama	4.17	Memuaskan
2	Driver grab memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan sehingga membangun loyalitas penumpang terhadap grab	4.22	Sangat Memuaskan
3	Driver grab bersikap sopan kepada setiap pelanggan	4.28	Sangat Memuaskan
4	Grab memberikan layanan tambahan seperti jas hujan,berkomunikasi dengan baik dengan penumpang ataupun menguasai pengetahuan mengenai produk jasa untuk memberikan informasi kepada penumpang	4	Memuaskan
5	Grab memiliki perlengkapan berupa seragam untuk driver guna memberikan kepercayaan kepada penumpang sebagai jasa ojek online yang professional	4.37	Sangat Memuaskan
Rata-rata		4.21	Sangat Memuaskan

Sumber : hasil data Excel diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada item variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 4,21 yang berada pada kategori Sangat Memuaskan. Hasil ini menunjukkan bahwa Grab memiliki kualitas pelayanan yang baik di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari. Hal ini dapat dilihat dengan skor rata-rata tertinggi pada item nomor 5 dengan skor rata-rata 4,37 (sangat memuaskan), yaitu Grab memiliki perlengkapan berupa seragam untuk driver guna memberikan kepercayaan kepada penumpang sebagai jasa ojek online yang profesional, serta item dengan skor rata-rata terendah adalah pada item nomor 4 dengan skor rata-rata 4 (memuaskan), Grab memberikan layanan tambahan seperti jas hujan,berkomunikasi dengan baik dengan penumpang ataupun menguasai pengetahuan mengenai produk jasa untuk memberikan informasi kepada penumpang.

(2) Harga (X_2)

Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Harga

Item Pertanyaan	Rata-Rata	Kategori
Grab menetapkan tarif harga yang berbeda pada setiap produk jasa yang dimilikinya sehingga memberikan ketertarikan pada pelanggan	3.82	Relevan

2	Grab menetapkan tarif harga sesuai dengan lokasi jarak tempuh penumpang	4.22	Sangat Relevan	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
3	Harga yang ditetapkan oleh Grab menarik keinginan anda untuk menggunakan jasa Grab	3.88	Relevan	Saya menggunakan jasa Grab karena sesuai dengan kebutuhan	3.93	Cenderung membeli
4	Tarif jasa layanan Grab kompetitif/bersaing dengan tarif transportasi online lainnya	3.84	Relevan	Saya memilih Grab karena mereknya yang sudah dikenal	3.51	Cenderung membeli
Rata-rata		3.94	Relevan			

Sumber : hasil data Excel diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada variabel Harga (X_2) adalah sebesar 3,94 yang berada pada kategori relevan. Hasil ini menunjukkan bahwa Grab memiliki Harga yang sangat relevan menurut mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari. Hal ini dapat dilihat pada item dengan skor rata-rata tertinggi yaitu item nomor 2 dengan skor rata-rata 4,22 (sangat relevan), yaitu Grab menetapkan tarif harga sesuai dengan lokasi jarak tempuh penumpang, serta item dengan skor rata-rata terendah adalah item nomor 1 dengan skor rata-rata 3,82 (relevan), yaitu Grab menetapkan tarif harga yang berbeda pada setiap produk jasa yang dimilikinya sehingga memberikan ketertarikan pada pelanggan.

(3) Keputusan menggunakan (Y)

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan menggunakan

3	Saya menggunakan jasa Grab karena fitur grab yang lengkap serta mudah saya dapatkan/jangkauan disekitar saya	3.88	Cenderung membeli
4	Apakah anda sering menggunakan jasa Grab?	3.35	Ragu - ragu
5	Pernah kah anda rutin memakai jasa Grab atau lebih dari satu kali dalam sehari menggunakan jasa Grab?	3.04	Ragu - ragu
6	Apakah metode pembayaran yang disediakan Grab sekarang sudah memudahkan anda?	4.11	Cenderung membeli
Rata-rata		3.64	Cenderung membeli

Sumber : hasil data Excel diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata pada variabel keputusan menggunakan Grab (Y) adalah sebesar 3,64 yang berada pada kategori cenderung membeli. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari memutuskan untuk membeli/menggunakan Jasa Grab. Hal ini dapat dilihat pada item dengan skor rata-rata tertinggi yakni pada item nomor 6, dengan skor rata-rata 4,11 (cenderung membeli),

yaitu metode pembayaran yang disediakan Grab sekarang sudah memudahkan pengguna, serta item dengan skor rata-rata terendah adalah item nomor 5, dengan skor rata-rata 3,04 (ragu – ragu),

yaitu pernah rutin memakai jasa Grab atau lebih dari satu kali dalam sehari menggunakan jasa Grab.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variable	Item	Validity	Probabilitas		Reliability	
X1	X1.1	0.730	0.01	Valid	0.713	Reliable
	X1.2	0.782	0.01	Valid		
	X1.3	0.650	0.01	Valid		
	X1.4	0.612	0.01	Valid		
	X1.5	0.664	0.01	Valid		
X2	X2.1	0.786	0.01	Valid	0.633	Reliable
	X2.2	0.731	0.01	Valid		
	X2.3	0.658	0.01	Valid		
	X2.4	0.582	0.01	Valid		
Y	Y.1	0.605	0.01	Valid	0.617	Reliable
	Y.2	0.501	0.01	Valid		
	Y.3	0.632	0.01	Valid		
	Y.4	0.588	0.01	Valid		
	Y.5	0.715	0.01	Valid		
	Y.6	0.478	0.01	Valid		

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

DARI HASIL PERHITUNGAN PADA SOFTWARE SPSS 25 DIKETAHUI SEMUA VARIABLE VALID DAN RELIABLE

Berdasarkan hasil uji validitas yang dapat kita lihat pada Tabel 3.3 menunjukkan semua *item* pada setiap item pernyataan kuesioner mempunyai tingkat probabilitas 0,01 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid dan mempunyai hubungan yang kuat. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach*

diperoleh hasil 0,7 dan 0,6+ yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item* pernyataan kuesioner.

4) Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor*

(VIF). Data dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas apabila memiliki nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$ (Ghozali, 2011: 105-106).

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.974	3.170		2.831	.007					
	X1	.118	.148	.116	.800	.428	.353	.122	.102	.770	1.298
	X2	.658	.194	.494	3.392	.002	.550	.464	.434	.770	1.298

a. Dependent Variable: Y

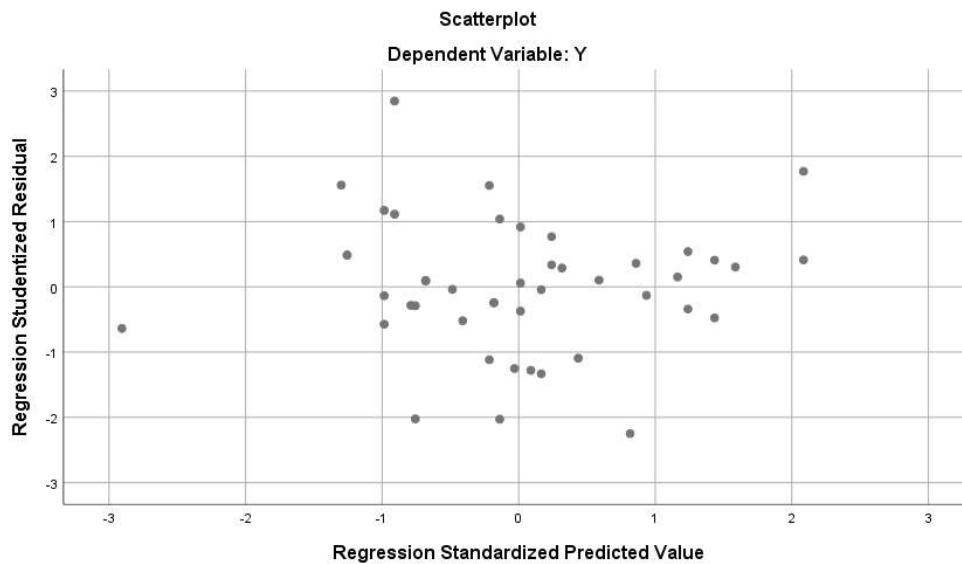
Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang dapat kita lihat dalam Tabel, nilai *Tolerance* pada ketiga variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) > 0,10 dengan nilai $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya salah satu penyimpangan asumsi klasik yaitu varian dari residual tidak konstan. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 1 Grafik Hasil Uji Scatterplot



Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan dari grafik *Scatterplot* yang dapat kita lihat pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian.

variabel residual berada di atas 0,05. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau data tidak memenuhi uji normalitas (Ghozali, 2011: 160-165).

(3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi nilai residual normal atau tidak, maka digunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (Uji K-S). Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)*

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30367840
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.097
	Negative	-.105
Test Statistic		.105

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{a,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang dapat kita lihat pada Tabel diatas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. Residual* sebesar 0,2. Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai *Asymp. Sig. Residual* (0,2) > 0,05, sehingga distribusi data residual regresi adalah normal.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan citra merek) terhadap variabel terikat (keputusan menggunakan jasa) Di bawah ini akan dibahas mengenai hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS 22.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.974	3.170		2.831	.007
	X1	.118	.148	.116	.800	.428
	X2	.658	.194	.494	3.392	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan :

$$Y = 8,974 + 0,118 X_1 + 0,658 X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan menggunakan Grab

X₁ : Kualitas pelayanan

X₂ : Harga

6) Uji F

Uji F pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah ketiga variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan menggunakan). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari.

H_a : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al – Banjari.

Tabel 4. 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.406	2	53.203	9.569	.000 ^b
	Residual	233.505	42	5.560		
	Total	339.911	44			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Keterangan : F hitung = 9,569 sig = 0,000

Dari Uji F berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar **9,569** dengan nilai Sig. = 0,000. Berdasarkan tabel F dengan tingkat signifikansi (α)= 0,05 diketahui bahwa F_{tabel} dengan F (k ; n – k) F = (2 ; 43), sehingga nilai

F_{tabel} = 3,21.

Hasil ini menunjukkan bahwa Nilai F_{hitung} (9,569) > nilai F_{tabel} (3,21) dan nilai Sig. (0,000) < α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab.

7) Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan citra merek) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusa pembelian). Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh maka akan dilakukan langkah – langkah sebagai berikut:

(1)Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap keputusan menggunakan Grab (Y)

H_{a1} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru.

H_{01} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru.

(2) Harga (X_2) terhadap keputusan menggunakan Grab (Y)

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru.

H_{02} : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad

Al Banjari Banjarbaru

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.974	3.170		2.831	.007
	X1	.118	.148	.116	.800	.428
	X2	.658	.194	.494	3.392	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Keterangan :

t hitung X1 = 0,800 sig = 0,428

Koefesien regresi X1 = 0,118

t hitung X2 = 3,392 sig = 0,002

Koefesien regresi X2 = 0,658

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh pada tabel diatas dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi (α) = 0,05 dan derajat kebebasan $t_{table} = t(\alpha / 2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 42)$. Dengan ketentuan tersebut maka, diperoleh t_{tabel} sebesar 2.01808. Hasil uji t atau uji regresi parsial dalam penelitian ini yang terdapat pada tabel adalah sebagai berikut :

(1) Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan koefisien regresi sebesar) 0,118 serta nilai $t_{hitung}(0,800) < t_{tabel}(2.01808)$ atau nilai Sig. (0,428) $> \alpha(0,05)$ menunjukkan bahwa (H_{01}) yang berbunyi, “Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru” adalah **ditolak**, sedangkan (H_{a1}) yang berbunyi, “Kualitass Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru” adalah **diterima** jadi variabel kualitass pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap variabel keputusan menggunakan Grab.

(2) Variabel Harga (X_2) dengan koefisien regresi sebesar 0,658 serta nilai t_{hitung} (3,392) > t_{tabel} (2,01808) atau nilai Sig. (0,002) < α (0,05) menunjukkan bahwa (H_{02}) yang berbunyi, “Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru” adalah **diterima**, sedangkan (H_{a2}) yang berbunyi, “Harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam

Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru” adalah **ditolak**, dengan demikian variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan Grab.

8) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (keputusan menggunakan Grab) yang dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas pelayanan, harga, dan citra merek). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.560 ^a	.313	.280	2.358	.313	9.569	2	42	.000
a. Predictors: (Constant), X2, X1									
b. Dependent Variable: Y									

Sumber : hasil data SPSS 25 diolah dari data primer 2021

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

(Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49

(korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

Oleh karena itu, banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan *Adjusted R Square*. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,313. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variasi Pengambilan Keputusan menggunakan Grab (Y) adalah sebesar 31,3%, sedangkan 68,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.1. Analisis dan Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menggunakan

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menggunakan diperoleh

koefisien regresi 0,118 serta nilai t_{hitung} (0,800) < t_{tabel} (2.01808) dengan nilai Sig. (0,428) > α (0,05). Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan Grab, sehingga hipotesis pertama terbukti. Hal ini juga di dukung oleh penelitian sebelumnya pada data tinjauan empiri (penelitian terdahulu)

Grab merupakan jasa transportasi online yang dinilai sangat memuaskan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru, baik dari pelayanan, pengetahuan tentang produk, keramahan, ataupun fasilitas yang ditawarkan oleh Grab. Namun, dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua kriteria kualitas sangat memuaskan yang dimiliki Grab tidak berpengaruh cuman tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan .

Kualitas Pelayanan adalah suatu pertimbangan yang sangat diperhitungkan untuk pelanggan dalam pembelian khususnya suatu hal yang bergerak di bidang jasa seperti Grab. Namun Grab dalam penelitian ini terbukti dapat memberikan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan terhadap pelanggannya.

Untuk **tabel hasil temuan** dapat dilihat pada table **Tabel 4. 14** yaitu tabel hasil **Uji T**

2) Pengaruh Harga terhadap Keputusan menggunakan

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,658 serta nilai $t_{hitung} (3,392) > t_{tabel} (2.01808)$ dengan nilai $Sig. (0,002) < \alpha (0,05)$ Jadi dapat disimpulkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab, sehingga hipotesis kedua tidak terbukti. Hal ini tidak didukung oleh penelitian sebelumnya pada data tinjauan empiri (penelitian terdahulu)

Grab merupakan jasa transportasi online yang dinilai sangat relevan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru, baik dari segi tarif pelayanan dan diskon yang diberikan di waktu tertentu. Dalam hasil penelitian ini terbukti bahwa semua kriteria harga sangat relevan yang ditawarkan Grab berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Grab .

Persaingan yang semakin ketat membuat konsumen lebih teliti dalam memilih suatu

produk jasa dan harga adalah hal pertama yang akan dilihat konsumen untuk menentukan pilihan jasa mana yang akan digunakan disini Grab terbukti dapat menawarkan harga yang relevan dengan konsumen sehingga keputusan konsumen menggunakan Grab dipengaruhi oleh harganya.

Untuk **tabel hasil temuan** dapat dilihat pada table **Tabel 4. 15** yaitu tabel hasil **Uji T**.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan menggunakan Grab

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan (Y) Grab. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} sebesar $(9,569) > nilai F_{tabel} (3,21)$ dan nilai $Sig. (0,000) < \alpha (0,05)$.

Pengambilan keputusan merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan sehingga banyak variabel yang dapat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh konsumen. Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan pada variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan

(X_1) dan Harga (X_2) maka akan terjadi juga perubahan pada keputusan menggunakan (Y) yang dilakukan oleh konsumen.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis nilai adj R Square 0,313 yang berarti keputusan menggunakan dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sebesar 31,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti seperti citra merek, promosi, iklan, distribusi dan lain – lain.

Untuk **tabel hasil temuan** dapat dilihat pada **Tabel 4. 16 Hasil Uji F** dan **Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi**.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian yang telah dijelaskan di Bab V, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Karakteristik dari usia responden penelitian paling banyak berusia 21 tahun sebanyak 21 responden (37,8 %) yang mayoritas berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 34 responden (75,6%). Dari segi

uang saku per bulan, responden paling banyak memiliki uang saku per bulan sebesar < Rp.500.000 yaitu sebanyak 15 responden (33,3%).

- 2) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} (0,800) < t_{tabel} (2.01808)$ atau nilai Sig. (0,428) > $\alpha (0,05)$.
- 3) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} (3,392) > t_{tabel} (2.01808)$ atau nilai Sig. (0,002) < $\alpha (0,05)$.
- 4) Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan Grab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji $F_{hitung} (9,569) > nilai F_{tabel} (3,21)$ dan nilai Sig. (0,000) < $\alpha (0,05)$.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Grab, oleh karena itu perusahaan Grab milik sebaiknya tetap mempertahankan persepsi produk yang sudah baik di mata konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik dan citra merek yang dikenal baik juga untuk konsumennya. Hal itu juga sebaiknya disertai dengan meningkatkannya kualitas pelayanan yang lebih memuaskan dan faktor lain

yang mungkin dapat lebih bersaing dengan penyedia jasa transportasi online lainnya yang mana hal ini dapat lebih menguatkan minat konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa dari transportasi online Grab

2) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya untuk topik yang serupa dapat menambah variabel penelitian lainnya selain variabel kualitas pelayanan dan harga. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap tentang variabel –

variabel yang mempengaruhi keputusan menggunakan Grab yang mana dapat menyempurnakan penelitian tentang brand Grab lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

1) Penulis tiga

Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung

2) Penulis dua

Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

3) Penulis dua

Darmadi, Hamid. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Alfabeta.

4) Artikel/Jurnal

Eko Heri Sedyarto (2019) Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Pelanggan di Wilayah Danurejan Kota Yogyakarta).

5) Artikel/Jurnal

Eufrasia Restanti Kristiani (2020) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab Bike Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus I Yogyakarta

- 6) Penulis tiga
Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- 7) Penulis tunggal
Farida Yulianti. 2021 Panduan Penyusunan dan Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- 8) Penulis dua
Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- 9) Artikel/Jurnal
Hafidh Okta Wibowo (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo
- 10) Website
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=grab
- 11) Website
<https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/program-atasi/>
- 12) Website
<https://www.grab.com/id/press/others/tingkatan-kualitas-layanan-grab-luncurkan-kampanye-majulebihdekat/>
- 13) Penulis tunggal
Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- 14) Penulis dua
Kotler, Keller. (2016). Marketing management. 15e, Boston, Pearson Education.
- 15) Bukan edisi pertama
Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- 16) Penulis tiga
Kotler, Philip, and Armstrong , Manajemen Pemasaran, Jakarta : Indeks, 2017.
- 17) Bukan edisi pertama
Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua,
- 18) Penulis dua
Lamb dalam Bob Sabran, 2012, Manajemen Pemasaran, penerbit erlangga.
- 19) Bukan edisi pertama
Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- 20) Penulis dua

- Muhson, Ali. (2013). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Yogyakarta
- 21) Artikel/Jurnal
Rini (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro).
- 22) Artikel/Jurnal
Rivo Sumangkut (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Politik.
- 23) Penulis tunggal
Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- 24) Penulis tunggal
Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- 25) Penulis tunggal
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- 26) Penulis tunggal
Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- 27) Penulis tunggal
Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- 28) Penulis dua
Tersiana, Andra. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- 29) Artikel/Jurnal
Tio Kharisma Yunanto, 2016. "Pengaruh Perceived ease of use, word of mouth dan citra merek terhadap keputusan penggunaan layanan jasa transportasi grab di kota Tangerang Selatan".