

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Online GrabBike (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia)

Mery Lani Purba, Elizabeth Haloho
Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia
Medan, Indonesia

Abstrak

Seiring perkembangan dunia bisnis, dunia pemasaran pun turut berkembang. Di era digitalisasi ini dapat kita rasakan secara langsung bagaimana digital marketing telah mejadi bagian dalam kehidupan seseorang. Dapat dikatakan segalanya berada dalam satu genggamannya yaitu smartphone. Kepemilikan smartphone seakan-akan sudah menjadi kebutuhan kita saat ini. Tentu saja bagi para wirausaha kreatif hal ini dilihat sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Hal ini terlihat dengan inovasi yang bermunculan berupa aplikasi-aplikasi digital marketing. Salah satunya aplikasi jasa transportasi berbasis online atau yang biasa dikenal dengan istilah Ojek Online (Ojol). Pada dasarnya, di Indonesia istilah ojek sudah ada sejak dulu. Namun kemunculan inovasi aplikasi jasa transportasi online menambah warna baru di dunia bisnis. Saat ini ada tiga perusahaan jasa transportasi online di Indonesia yaitu Grab, Ojek dan Uber serta ada banyak ojek online yang beroperasi di daerah-daerah tertentu.

Perusahaan Grab dengan tag line “Maju Bersama” adalah perusahaan decacorn di bidangnya yang telah hadir di beberapa Negara di Asia Tenggara. Di Indonesia Grab hadir pada bulan Juli 2012, hingga saat ini telah menawarkan berbagai bentuk layanan seperti GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, Rent (Sewa GrabCar), GrabFresh, Rute, dan Wheels.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara memilih jasa transportasi online GrabBike. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara memilih jasa transportasi online GrabBike.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif pada Semester Genap 2018-2019 pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia yang berjumlah 285 orang. Dari populasi tersebut dapat ditentukan sampel penelitian ini berjumlah 166 orang dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (simple random sampling). Data yang dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan satuan pengukuran Skala Likert.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dan dalam mendeskripsikan/menggambarkan masalah, peneliti menggunakan jenis penelitian kausal dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa transportasi online GrabBike. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa transportasi online GrabBike. Sedangkan secara parsial variabel harga lebih dominan daripada variabel kualitas pelayanan.

Kata kunci : harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian