

# PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GOJEK PADA MAYARAKAT DI KOTA BATAM

Otona Zalukhu<sup>1</sup>, Asron Saputra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb180910373@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*The existence of this research is to analyze the effect of convenience and service quality on the decision to purchase Gojek services in the people of Batam City. The ease of using Gojek is the most basic thing in offering products that are sold as well as the quality of service, the better the quality offered the more consumers will use it. This research uses descriptive research with a quantitative approach and the number of respondents is 212 respondents taken from the Taman Cipta Asri Tembesi housing community, Block L Rt 008 Rw 012. With the help of the SPSS version 26 program, it is found that the t count is 7.491 > t table 1.971 and the value sig 0.000 < 0.05 thus the convenience variable has a significant effect on purchasing decisions, on the service quality variable the t count is 4.005 > t table 1.971 and the sig value is 0.000 < 0.05, service quality has a significant effect on purchasing decisions. The f count in this study is 104.253 > F table 2.65 and the significance is 0.000 < 0.05, so the convenience and quality of service have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Convenience; Quality of Service; Purchase Decision.

---

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi dan informasi di era globalisasi ini khususnya internet, sangatlah pesat. Web menghubungkan satu orang ke orang lain, memberikan data, sebagai mekanisme pengalihan, administrasi berbasis online dan untuk korespondensi. Akibatnya, internet dipandang oleh sebagian orang sebagai kebutuhan penunjang aktivitas sehari-hari. Pertumbuhan populasi pengguna internet di Indonesia mendorong berkembangnya inovasi-inovasi baru.

Pada masa sekarang ini banyak teknologi yang diciptakan dan dikembangkan untuk mempermudah pekerjaan manusia, begitu juga teknologi yang diciptakan dalam bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi ini, teknologi sangat mempermudah manusia untuk menjalankan bisnis hingga transaksi keuangan. Hal tersebut membuat banyak pelaku dibidang teknologi gencar membuat fitur-fitur baru atau teknologi yang mempermudah manusia dalam mengelola ekonomi mereka secara digital. Adanya teknologi ini tidak hanya menghemat waktu lebih efisien tetapi juga meminimalisirkan

biaya yang dikeluarkan.

Di Indonesia, pola pikir masyarakat yang menggunakan jasa seperti transportasi telah berubah akibat meningkatnya jumlah pengguna internet. Inovasi baru yang mempermudah pembeli yang membutuhkan layanan transportasi dengan perusahaan spesialis transportasi melalui aplikasi transportasi berbasis web di ponsel didorong oleh kemajuan teknologi. Transportasi merupakan sarana vital untuk mendukung aktivitas atau mobilitas manusia secara konsisten sehingga harus diatur secara tepat dan aman karena sangat penting dalam kegiatan seperti ekonomi, pengangkutan tenaga kerja dan produk, transportasi penumpang, dll. Pemerintah dan pengguna transportasi jasa transportasi di Indonesia memberikan perhatian khusus pada transportasi darat, salah satu jenis transportasi yang dapat diakses di negara ini, termasuk udara, laut, dan darat. Yang mana transportasi darat merupakan transportasi paling diminati dan murah.

Indonesia juga sedang mengembangkan sejumlah ojek berbasis web, seperti layanan Go-Ride dalam aplikasi Gojek, sebagai jawaban atas

peluang bisnis tersebut. Gojek ada dari pengalaman pribadi pemiliknya yakni Nadim Makarim, yang meraih gelar Master of Business Administration dari Harvard Business School. Yang mana terhadap saat itu, setiap hari berangkat kerja menggunakan transportasi ojek dan menghindari kemacetan Jakarta mencetuskan ide untuk mendirikan Gojek yang menjabat menjadi Chief Innovation Officer Kartuku serta Co-Founder dan Managing Director Zalora Indonesia saat itu.

Gojek didirikan dengan 20 driver pada 5 Oktober 2010. Saat itu, Gojek sebenarnya bergantung pada ketersediaan tempat-tempat darurat potensial untuk menghubungkan penumpang dengan driver yakni GoKilat. Saking populernya Uber saat itu, pertengahan tahun 2014 mulai menerima investasi dan di 7 Januari 2015 Gojek dapat di Android dan IOS yang resmi menggantikan metode *call center*.

Lebih dari 50 kota di Indonesia menggunakan Gojek juga, sudah diunduh di atas 10 juta kali melalui Google Play untuk Android per Juni 2016. Selain di Indonesia Gojek dapat diakses diluar negeri contohnya Vietnam, Singapura dan Malaysia. GoTo resmi diluncurkan oleh Tokopedia dan Gojek pada 17 Mei 2021, dengan nama yang diambil dari dua nama merek yang berarti kolaborasi. Melalui penjabaran tersebut serta Batasan konflik yang tersedia, sehingga target pengkajian ini berupa:

1. Mengamati dampak kemudahan pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.
2. Mengamati dampak kualitas pelayanan pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.
3. Mengamati dampak kemudahan serta kualitas pelayanan dengan sesama pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kemudahan

Pendapat Turban dalam (Sartika, 2021) Kemudahan atau harus digunakan tanpa prosedur yang rumit yang dapat menyulitkan pemakainya. Orang-orang yang menggunakan sistem informasi ini

memiliki keyakinan bahwa ada sistem di luar sana yang mudah digunakan, lebih mudah dipahami, dan lebih mudah beradaptasi. Sementara itu, pendapat Davis mencirikan kemudahan sebagai tingkat di mana seseorang menerima bahwa suatu inovasi dapat dimanfaatkan secara efektif (Sandora, 2020).

### 2.2 Indikator Kemudahan

Adapun indikator menurut Davis dalam (Purba & Raja, 2022) yang mempengaruhi kemudahan sebagai berikut ini:

1. Kemudahan dalam mengumpulkan informasi.
2. Kemudahan berinteraksi
3. Kemudahan untuk menemukan
4. Kemudahan dipelajari
5. Kemudahan digunakan

### 2.2 Kualitas Pelayanan

Dalam (Manoy *et al.*, 2021) Tjiptono mengklaim bahwa kualitas pelayanan berupa taraf kelebihan yang diinginkan darinya dan pengendaliannya guna mencukupi kebutuhan konsumen. Lupiyoadi, sebaliknya mengatakan bahwa pelayanan atau kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu perusahaan berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen, memperoleh pangsa pasar yang besar dan meningkatkan keuntungan perusahaan sangat bergantung pada pendekatan yang digunakan (Puspitasari & Aprileny, 2020).

### 2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam (Isnawati, 2020) Tjiptono menyatakan bahwa yang mempengaruhi konsumen yakni:

1. Berwujud (*Tangible*), peralatan atau penampilan fisik
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), bereaksi dengan cepa tatas apa yang terjadi
3. Keandalan (*Reability*), kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, akurat, konsisten dan memuaskan
4. Jaminan (*Assurance*), kompensasi atas resiko yang terjadi
5. Empati (*Emphaty*), hubungan yang terjadi antar individu.

### 2.4 Keputusan Pembelian

Handoko serta Swastha menjabarkan keputusan pembelian sebagai pendekatan pemecahan konflik dalam aktivitas seseorang pada target pembelanjaan

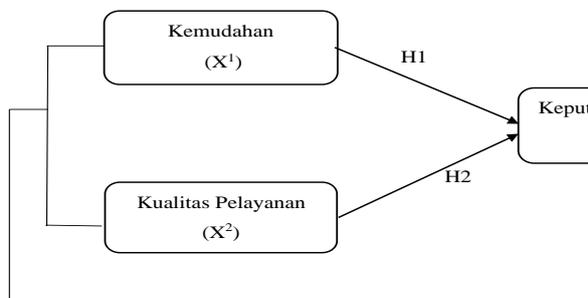
layanan serta produk untuk memenuhi keperluan seseorang. Ini termasuk tahap mengidentifikasi, mencari, dan mengevaluasi pembelian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan bertindak setelah melakukan pembelian (Maria, 2021).

### 2.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam (Patmala & Fatihah, 2021) Kotler & Keller menyatakan bahwa berikut adalah beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian:

1. Waktu pembelian
2. Metode pembayaran
3. Jumlah pembelian
4. Pemilihan tempat penyalur
5. Pemilihan merek

### 2.6 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Sumber: Data SPSS 26, 2023

### 2.7 Hipotesis

H1 : Kemudahan berdampak positif

serta signifikan pada pembelian jasa gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.

H2 : Kualitas Pelayanan berdampak positif serta signifikan pada pembelian jasa gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.

H3 : Kemudahan serta Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berdampak positif serta signifikan pada pembelian jasa gojek pada masyarakat di

### METODE PENELITIAN

Pengkajian ini berjenis deskriptif pada pendekatan kuantitatif. Sebuah kajian untuk dideskripsikan objek-objek tertentu dan masalah-masalah kelompok penduduk tertentu di wilayah tertentu dideskripsikan secara objektif dan akurat atau dideskripsikan secara sistematis. Teknik penentuan sampel memakai *non-probability sampling* ialah *purposive sampling*. Dalam memperoleh data dilaksanakan penyebaran kuesioner ke sejumlah responden yakni pada perumahan Taman Cipta Asri Tembesi Blok L Rt 008 Rw 012. Untuk pengolahan data dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh hasil dari data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 26 untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan.

### Uji Kualitas Data Uji Validitas

**Tabel 1.** Uji Validitas

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,547		
X1.2	0,618		
X1.3	0,707		
X1.4	0,744	0,135	Valid
X1.5	0,679		
X1.6	0,704		
X1.7	0,697		
X2.1	0,621		
X2.2	0,747		
X2.3	0,686		
X2.4	0,652	0,135	Valid
X2.5	0,76		
X2.6	0,636		
X2.7	0,715		

X2.8	0,667		
Y.1	0,595		
Y.2	0,683		
Y.3	0,731		
Y.4	0,652	0,135	Valid
Y.5	0,695		
Y.6	0,666		
Y.7	0,625		

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Tabel tersebut membuktikan bahwa keseluruhan dari butir pertanyaan variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Y memperoleh  $R_{hitung} > R_{tabel}$

(0,135), sehingga kesimpulannya seluruh pertanyaan dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2.** Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,797	7	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,838	8	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,790	7	Reliabel

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Tabel 2. menunjukkan bahwa variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6. Maka seluruh evaluasi melalui

tiap variabel pada pengkajian ini mempunyai nyaris keselarasan nilai, artinya survei dalam pengkajian ini reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 3.** Uji Kolmogorov-Smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		<i>Unstd Residual</i>
		212
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,84587924
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,047
	<i>Positive</i>	0,047
	<i>Negative</i>	-0,045
<i>Test Statistic</i>		0,047
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Pada tabel 3. memperlihatkan jika perolehan dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni sejumlah 0,200 demikian jika data terdistribusi normal sebab nilai dari

pengujian tersebut  $> 0,05$ . Jadi keseluruhan variabel dapat memenuhi syarat dalam dilakukannya pengujian regresi linear.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.** Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kemudahan	0,541	1,848

Kualitas Pelayanan	0,541	1,848
--------------------	-------	-------

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Dari tabel 4. bisa dibuktikan hasil dari pengujian ini tidak terbukti adanya gejala

yang ditimbulkan karena skor VIF dalam setiap varfiabe; memiliki <10.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5.** Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B		Beta		
(Constant)	4,663	0,873		5,342	0,000
1 Kemudahan	-0,049	0,040	-0,112	-1,219	0,224
Kualitas Pelayanan	-0,036	0,033	-0,100	-1,088	0,278

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Dari tabel diatas, maka di peroleh hasil tidak terjadi gelaja yang ditimbulkan pada setiap variabel yang ada. Yang mana nilai

signifikan setiap variabelnya adalah 0,224 > 0,05 dan 0,278 > 0,05 sehingga tak terdapat heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 6.** Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,266	1,398		5,912	0,000
1 Kemudahan	0,478	0,064	0,498	7,491	0,000
Kualitas Pelayanan	0,211	0,053	0,266	4,005	0,000

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Melalui tabel 6., sehingga persamaan regersi linear berganda adalah:

$$Y = 8,266 + 0,478 X_1 + 0,211 X_2$$

1. Nilai konstanta yaitu 8,266, yang menunjukkan keputusan pembelian bernilai 8,266.
2. Koefisien regresi kumudahan mendapati nilai 0,478 memiliki arti jika koefisien nilai positif memiliki arti dari tiap kenaikan 1 poin pada kualitas produk, maka bisa menaikan kualitas

3. produk sebesar 0,478.
3. Koefisien regresi kualitas produk mendapati nilai 0,211 memiliki arti jika koefisien nilai positif mempunyai makna melalui tiap kenaikan 1 poin terhadap kepercayaan, maka dapat menaikan kepercayaan sebesar 0,211.

### Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 7.** Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 <sup>a</sup>	0,499	0,495	2,85946

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Tabel 7. menunjukkan angka R square sejumlah 0,499. Angka 0,499 pada

presentase sejumlah 49,90%, nilai yang mempengaruhi variabel kemudahan (X<sub>1</sub>),

kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan simultan pada keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 49,90%.

### Hasil Uji t (Parsial)

**Tabel 8.** Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,266	1,398		5,912	0,000
	Kemudahan	0,478	0,064	0,498	7,491	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,211	0,053	0,266	4,005	0,000

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Melalui tabel 8, bisa dijabarkan di bawah ini:

Dapat di lihat skor signifikannya 0,000 < 0,05 serta t hitung 7,491 > t tabel 1,971 sehingga:

1. H1 di terima dalam artian adanya dampak signifikan positif antar kualitas produk pada keputusan pembelian.

Dapat di lihat skor signifikannya 0,000 < 0,05 serta t hitung 4,005 > t tabel 1,971 sehingga,

2. H2 di terima dalam artian adanya pengaruh signifikan positif diantara kepercayaan terhadap variabel keputusan pembelian.

### Hasil Uji f (Simultan)

**Tabel 9.** Uji Heteroskedastisitas

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1704,855	2	852,427	104,253	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1708,895	209	8,177		
	Total	3413,750	211			

**Sumber:** Data SPSS 26, 2023

Pada tabel 9. Diamati jika nilai F hitung berupa 104,253 > F tabel 2,65 serta sig 0,000 < 0,05. Maka perhatikan jika variabel  $X_1$  serta  $X_2$  dengan sesama berdampak signifikan terhadap variabel  $Y$ . Simpulanya jika variabel kemudahan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) pada pembelian jasa gojek pada masyarakat di kota batam.

### SIMPULAN

1. Melalui perolehan analisa data yang sudah dilaksanakan, diketahui jika kemudahan berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.
2. Melalui perolehan analisa data yang sudah dilaksanakan, diamati jika

kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.

3. Melalui perolehan analisa data yang sudah dilaksanakan, diamati jika kemudahan serta kualitas pelayanan secara bersama-sama berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian jasa Gojek terhadap masyarakat di Kota Batam.

### DAFTAR PUSTAKA

- Isnawati, N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Aplikasi Instagram di Jakarta Timur ( Studi Pada Pengguna Instagram di Jakarta Timur ). *Jurnal STEI*

- Ekonomi*, XX(Xx), 1–19.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Maria, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian/Jasa Pembuatan Karoseri di PT SKA Karoseri Indonesia. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.*, 4(3), 122–133.
- Patmala, H. S. P., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di UMK Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1154–1170.
- Purba, O. R., & Raja, P. L. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan). *Journal Of Social Research*, 1(9), 1067–1075.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT Sido Muncul Kebon Jeruk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Belanja secara Online. *Eko Dan Bisnis*, 11(3).
- Sartika, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 253–262.

