

# **ANALISIS PELANGGAN TERHADAP METODE *SHARING EKONOMI* TRANSPORTASI ONLINE DI BANDA ACEH**

**Cut Devi Maulidasari<sup>1</sup>**

**<sup>1</sup>Universitas Teuku Umar**

**cutdevimaulidasari@utu.ac.id**

## **1. Pendahuluan**

Saat ini bisnis online transportasi telah menjadi tren, hal ini dibuktikan dengan berdirinya perusahaan online transportasi online seperti Kuadi Group, Easy Weixing Technology Co dari China dan Uber yang beroperasi di banyak negara seperti Australia, Taiwan, Rusia, Selatan. Korea, Filipina, Kanada, Inggris, Belgia, Jepang, Meksiko, Prancis, Spanyol, India bahkan Indonesia. (Owler) (Dharmasaputra, 2015). Di Indonesia, transportasi online atau motor sharing juga booming yang dibuktikan dengan kemunculan berbagai perusahaan yang bergerak di bidang aplikasi smartphone berbasis transportasi seperti Grabbike, Bangjek, Transjek, Uber, Wheel Line, Blue-Jek, Ojeks Syar'l, Ho- Jak, dan GO-JEK. GO-JEK adalah pelopor motor sharing terbesar di Indonesia.

GO-JEK adalah bisnis start up yang bergerak di bidang transportasi sharing atau transportasi online sebagai tujuan pelayanan. GO-JEK didirikan oleh Nadim Makarim pada 2011, di Jakarta. Berdasarkan informasi yang tertulis di situs perusahaan tersebut, GO-JEK adalah perusahaan teknologi yang berpikiran sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan pelayanan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai fundamental dari kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Saat ini GO-JEK telah bermitra dengan sekitar 1.500.000 pengemudi motor di seluruh wilayah Indonesia, dan telah beroperasi secara resmi di seluruh Indonesia.

Namun kehadiran GO-JEK dan perusahaan sejenis di Indonesia pun tidak berjalan mulus, ada beberapa kejadian yang membuat pelanggan hilang seperti kecelakaan, penipuan dalam transaksi, keterlambatan pemberian layanan, fasilitas yang tidak lengkap, dan tidak aman. data dan informasi pengguna Dengan beberapa review kasus diatas muncul persepsi pelanggan tentang layanan GO-JEK. Jadi, peneliti memiliki tujuan dalam penelitian ini seperti untuk mengetahui jenis kategori pelanggan Sharing Ekonomi dan faktor untuk mengadopsi Sharing Ekonomi bagi pelanggan di Banda Aceh dan korelasi antara TAM terhadap TPB. Juga untuk memahami korelasi antara faktor DOI dan faktor TAM & TPB pengguna GOJEK di Banda Aceh, untuk mengetahui hubungan antara faktor DOI dan faktor SERVQUAL GO-JEK di Banda Aceh, untuk memahami hubungan antara faktor TAM & TPB dan faktor SERVQUAL GO- JEK di Banda Aceh, dan untuk memahami korelasi antara faktor SERVQUAL GO-JEK di Banda Aceh.

## **2. Tinjauan pustaka**

### **2.1.1. Model Penerimaan Teknologi (TAM)**

Menurut Suci S. (2012), model Penerimaan Teknologi (TAM) diperkenalkan oleh Fred D. Davis di Jakarta 1986 yang merupakan teori

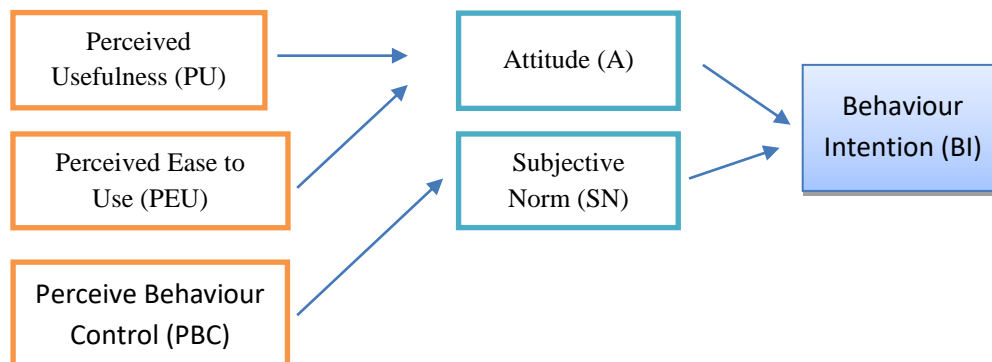
penyesuaian dari TRA (Theory Reasoned Action) oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM memiliki tujuan untuk mengetahui faktor adopter terhadap sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi. Model TAM berasal dari teori psikologi untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap kepercayaan, sikap, niat, dan hubungan perilaku pengguna.

TAM menambahkan dua komponen pada TRA yang dianggap bermanfaat dan dirasakan kemudahan penggunaannya. Komponen ini memiliki determinasi yang tinggi dan validitas yang telah diuji secara empiris (Davis, 1989). Kedua komponen itu penting untuk menentukan bagaimana sikap seseorang saat menggunakan teknologi. Model TAM menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh perceived usefulness dan perceived ease of use. Kemudian, dirasakan kemudahan penggunaan juga dipengaruhi oleh kegunaan teknologi yang dirasakan.

### 2.1.2. Teori Perilaku Terencana (TPB)

Teori perilaku terencana (TPB) lebih merupakan kemajuan teori penalaran (TRA) dan menambahkan sebuah variabel baru yaitu perceived behavior control (PBC) oleh Ajzen (1991). Tujuan TPB adalah untuk mengetahui niat individu melakukan. Menurut Silistiyarini S. (2012) TPB menunjukkan bahwa tindakan orang diarahkan oleh tiga keyakinan: keyakinan perilaku, kepercayaan normatif, dan kepercayaan kontrol.

### 2.1.3. kombinasi TAM dan TPB



Gambar 1. Model TAM and TPB Combination

Gambar 2 menggambarkan model korelasi antara TAM (Technology Acceptance Model) terhadap TPB (Theory Planned of Behavior). Pada gambar ini menunjukkan korelasi Kegunaan Perceived (PU) dan Perceived Ease of Use (PEU) terhadap Attitude (A) dalam aplikasi mobile yang digunakan, dan korelasi Attitude (A), Norma Subjektif (SN), dan Perceived Behavior Control ( PBC) menuju Niat Perilaku (BI). Model di atas akan digunakan dalam penelitian selanjutnya sebagai pedoman untuk menganalisis pengguna GO-JEK pribadi di Banda Aceh.

### 3. Metodologi Penelitian

#### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan random sampling untuk menyebarkan kuesioner kepada pengguna GO-JEK di Banda Aceh. Sampel dikumpulkan dari via online saja. Kuesioner disebarakan melalui media kelompok sosial seperti Line, Facebook, BBM, dan WhatsApp. Berdasarkan data yang dikumpulkan pengguna GO-JEK di Banda Aceh sebagian besar adalah pemuda berusia antara 17 sampai 32 tahun. Saat ini, jumlah penduduk Banda Aceh yang berusia 15 sampai 34 tahun adalah 950.976 orang (BPS Banda Aceh, 2016). Dalam penelitian ini, ada 32 atribut / indikator dikalikan 10 (Roscoe, 1975). Jadi, untuk memenuhi jumlah sampel berdasarkan atribut peneliti membutuhkan setidaknya 160 responden.

Selanjutnya menurut Slovin, rumus untuk menentukan minimal jumlah sampel adalah:

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

Description:

$n$  = Sample needed

$N$  = Total population in operation

division area  $e$  = Margin error (7%)

#### 3.1. Metode Pengumpulan Data

##### 3.1.1. Data Primer

Data primer diambil dari kuesioner yang disebarakan ke pengguna GO-JEK di Banda Aceh. Pengumpulan data kuesioner dimulai pada tanggal 28 Juni 2016 sampai 26 September 2016. Metode pemilihan responden adalah random sampling. Distribusi proses kuesioner adalah dengan cara mengirimkan kuesioner ke media sosial masyarakat Banda Aceh seperti komunitas perguruan tinggi dan banyak organisasi lainnya terutama kepada mereka yang telah menggunakan GO-JEK di Banda Aceh. Atribut data kuesioner menggunakan metode Difusi Inovasi (DOI), Model Penerimaan Teknologi (TAM), Teori Perilaku Terencana (TPB), dan Kualitas Pelayanan (SERVQUAL). Dengan data ini akan mewakili persepsi pelanggan tentang kedua hal GO-JEK yang merupakan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi GO-JEK (aplikasi mobile) dan kualitas layanan karyawan yang sebenarnya.

##### 3.1.2. Data sekunder

Data sekunder diambil dengan cara membaca seperti kertas, jurnal, artikel, berita, dan buku yang berkaitan dengan penelitian. Keabsahan Validitas adalah metode pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang dirancang untuk dinilai. Ini dapat menunjukkan seberapa baik instrumen merangkai tujuannya untuk mengukur (Carmines & Zeller, 1979). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Spearman untuk uji validitas. Menurut Friedenberg (1995) dalam pengembangan dan penyusunan skala psikologis dari koefisien korelasi yang biasa digunakan setidaknya sama dengan 0,3 (koefisien korelasi > 0,3).

### **3.1.3. Keandalan**

Reliabilitas adalah metode pengukuran yang dapat digunakan untuk mendapatkan hasil konstan pada pertanyaan berulang (Carmines & Zeller, 1979). Menurut Ghozali (2005) terkait dengan pengecekan keandalan data, datanya bisa diandalkan jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60.

### **3.1.4. Analisis Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur tingkat korelasi statistik antara dua rasio dan variabel tingkat interval. Rasio koefisien korelasi selalu antara -1 dan +1. Jika nilai korelasi adalah 0 menunjukkan hubungan antara kedua variabel sangat rendah, sedangkan jika nilai koefisien korelasi lebih jauh dari -1 atau +1 menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Dalam penelitian ini, untuk menguji koefisien korelasi peneliti menggunakan rho Spearman karena jenis data adalah data ordinal. Koefisien korelasi peringkat Spearman adalah alat yang direkomendasikan untuk mengukur hubungan kekuatan antara dua variabel untuk statistik peringkat nonparametrik (bebas distribusi). Jan H. et al. (2011)

### **3.1.5. Analisis data**

Profil Responden persentase jenis kelamin responden yang menjawab kuesioner dengan 66% atau 166 orang responden adalah perempuan dan 34% atau 85 orang responden adalah laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa perempuan sebagai pengguna GO-JEK terbesar di Banda Aceh. Para siswa didominasi oleh responden pendudukan untuk 94% atau 236 orang, pegawai resmi untuk 4% atau 11 orang, dan yang terakhir adalah pengusaha untuk 2% atau 4 orang dari total responden. Sebagian besar berusia 17-24 tahun untuk 95% atau 237 responden, diikuti 25-32 tahun untuk 4% atau 11 responden, dan kurang dari 17 tahun hanya 1% atau 3 responden. Go-Ride adalah jenis layanan GO-JEK yang sebagian besar pengguna digunakan untuk 88% atau 220 responden, diikuti oleh Go-Food untuk 11% atau 27 responden, dan yang terakhir adalah Go-Box untuk 1% atau 4 responden.

## **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

No	Variable	Item	Correlation Coefficient	Critical Limit	Explanation
1	Innovator	P1	0.95	0.3	Valid
		P2	0.952	0.3	Valid
2	Early Adopter	P3	0.858	0.3	Valid
		P4	0.824	0.3	Valid
3	Early Majority	P5	0.891	0.3	Valid
		P6	0.775	0.3	Valid
4	Late Majority	P7	0.854	0.3	Valid
		P8	0.856	0.3	Valid
5	Laggards	P9	0.854	0.3	Valid
		P10	0.847	0.3	Valid
6	Perceived Usefulness	P11	0.845	0.3	Valid
		P12	0.857	0.3	Valid
7	Perceived Ease of Use	P13	0.845	0.3	Valid
		P14	0.873	0.3	Valid
8	Attitude	P15	0.856	0.3	Valid
		P16	0.898	0.3	Valid
9	Subjective Norms	P17	0.922	0.3	Valid
		P18	0.88	0.3	Valid
10	Perceived Behavior Control	P19	0.816	0.3	Valid
		P20	0.914	0.3	Valid
11	Behavior Intention	P21	0.939	0.3	Valid
		P22	0.949	0.3	Valid
12	Tangibles	P23	0.831	0.3	Valid
		P24	0.88	0.3	Valid
13	Reliability	P25	0.818	0.3	Valid
		P26	0.854	0.3	Valid
14	Responsiveness	P27	0.847	0.3	Valid
		P28	0.797	0.3	Valid
15	Assurance	P29	0.885	0.3	Valid
		P30	0.837	0.3	Valid
16	Empathy	P31	0.808	0.3	Valid
		P32	0.853	0.3	Valid

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Koefisien Korelasi Spearman di SPSS 21.0 for windows. Atribut berlaku jika koefisien korelasi paling sedikit 0,3 dan jika nilai koefisien korelasi <0,3 atau negatif menunjukkan bahwa atribut tidak valid. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua item memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3. Jadi, bisa dipastikan semua variabel dalam penelitian ini valid.

#### 4.1. Reliability

No	Variable	Cronbach's Alpha	Critical Limit	Explanation
1	Innovators	0.916	0.6	Reliable
2	Early Adopters	0.619	0.6	Reliable
3	Early Majority	0.618	0.6	Reliable
4	Late Majority	0.658	0.6	Reliable
5	Laggards	0.628	0.6	Reliable
6	Perceived Usefulness	0.615	0.6	Reliable
7	Perceived Ease of Use	0.619	0.6	Reliable
8	Attitude	0.704	0.6	Reliable
9	Subjective Norm	0.807	0.6	Reliable
10	Perceived Behaviour Control	0.638	0.6	Reliable
11	Behaviour Intention	0.882	0.6	Reliable
12	Tangibles	0.673	0.6	Reliable
13	Reliability	0.655	0.6	Reliable
14	Responsiveness	0.62	0.6	Reliable
15	Assurance	0.69	0.6	Reliable
16	Empathy	0.654	0.6	Reliable

Sesuai dengan Alpha Cronbach sebuah variabel dapat diandalkan jika batas kritis mendekati 1 atau  $\alpha \geq 0,61$ . Berdasarkan tabel 4-2 menunjukkan semua variabel dapat diandalkan karena nilai batas kritisnya lebih besar dari 0,6.

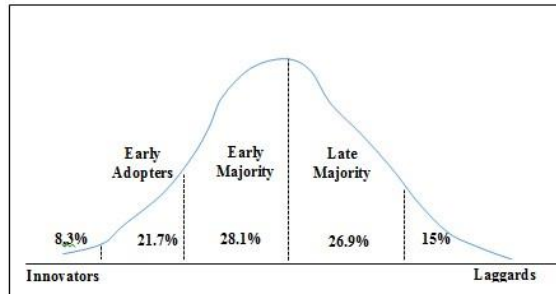


Figure 4-5: User adopter categories of GO-JEK in Bandung

### Gambar 2. Adopter Category of Motor Sharing Customer in Banda Aceh

Gambar 2 menampilkan hasil kategori adopsi penggunaan GO-JEK di Banda Aceh sesuai model Difusi Inovasi oleh Rogers. Secara umum berdasarkan hasil gambar di atas memiliki hasil penelitian Rogers yang sama, di mana inovator adalah adopter terkecil, diikuti oleh lamban, pengadopsi awal, mayoritas akhir dan mayoritas awal adalah adopsi terbesar. Perbedaannya adalah persentase masing-masing kategori pengguna. Dapat dilihat pada grafik di atas bahwa pengguna GO-JEK di Banda Aceh terdiri dari 8,3% adalah kategori inovator, 21,7% adalah pengadopsi awal, 28,1% sebagai mayoritas awal, 26,9% adalah mayoritas akhir, dan yang terakhir adalah 15% sebagai lamban.

Inovator adalah individu pengguna GO-JEK di Banda Aceh yang mengklaim bahwa mereka adalah pengguna pertama layanan GO-JEK. Pengadopsi ini menggunakan banyak kehidupan mereka untuk menemukan inovasi atau gagasan baru. Pengadopsi awal adalah tipe pengguna yang memiliki kreativitas tingkat tinggi, wawasan tinggi terhadap kemajuan teknologi, mobilitas tinggi, dan ambisius mencari inovasi seperti GO-JEK. Mereka suka mencoba hal baru, mau mengambil risiko di pakai. Selain itu, kategori adopter ini memiliki kemampuan mengoperasikan teknologi maju.

Berdasarkan penelitian ada 21,7% pengguna GO-JEK di Banda Aceh adalah pengguna awal. Mereka adalah pelopor layanan GO-JEK yang digunakan di Banda Aceh. Kategori adopsi ini adalah tokoh kunci, pemimpin, dan masyarakat yang dihormati dalam elemen masyarakat yang mengajak lingkungan menggunakan layanan GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka. Mereka tidak perlu persuasif untuk menggunakan ide atau inovasi baru karena mereka akan mencari sesuatu yang baru untuk mendapatkan keuntungan dalam kehidupan sosial dan ekonomi mereka.

Mayoritas awal adalah tipe pengguna GO-JEK di Banda Aceh sebagai pengikut pertama yang mengadopsi ide / inovasi baru secara langsung kategori adopter terbesar untuk mengadopsi sesuatu yang baru. Mereka memiliki pertimbangan tinggi dan interaksi internal dalam organisasi atau lingkungan masyarakat saat memutuskan untuk menggunakan GO-JEK. Inilah adopter yang memiliki beberapa karakteristik seperti yang akan diwaspadai sebelum mengadopsi sesuatu yang baru seperti GO-JEK, sering berinteraksi dengan

lingkungan masyarakat, pragmatisme seperti memprioritaskan kepraktisan, dan suka menggunakan sesuatu yang baru namun hanya jika sudah ada bukti nyata keuntungan dalam bekas. Selain itu, kategori adopter ini tidak ingin menjadi orang pertama yang mengadopsi atau yang terakhir mengadopsi sesuatu yang baru seperti GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Mayoritas pengguna adopsi adalah pengguna GO-JEK di Banda Aceh yang hanya menggunakan jika sudah menggunakan semua orang di sekitar seperti teman, keluarga, dan keluarga. Mereka adalah pengikut terakhir yang memutuskan untuk mengadopsi inovasi seperti GO-JEK. Pengadopsi ini terlalu berhati-hati dan memiliki keraguan tinggi saat memutuskan untuk menggunakan GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka. Biasanya mereka diputuskan untuk menggunakan sesuatu yang baru karena tekanan ekonomi dan sosial.

Kategori adopter terakhir dalam penelitian ini adalah lamban. Kelemahannya adalah pengguna GO-JEK di Banda Aceh yang memiliki pemikiran konservatif / tradisional dan memiliki wawasan rendah terhadap kemajuan teknologi. Kategori adopter ini tidak peduli dengan kejadian di lingkungan masyarakat. Ketika mereka memutuskan untuk mengadopsi ide baru seperti GO-JEK, itu karena dibatasi dan itu akan menjadi kebutuhan umum. Selain itu, mereka terisolasi dari kemajuan teknologi.

#### 4.2. Hasil Korelasi antara TAM terhadap Variabel TPB

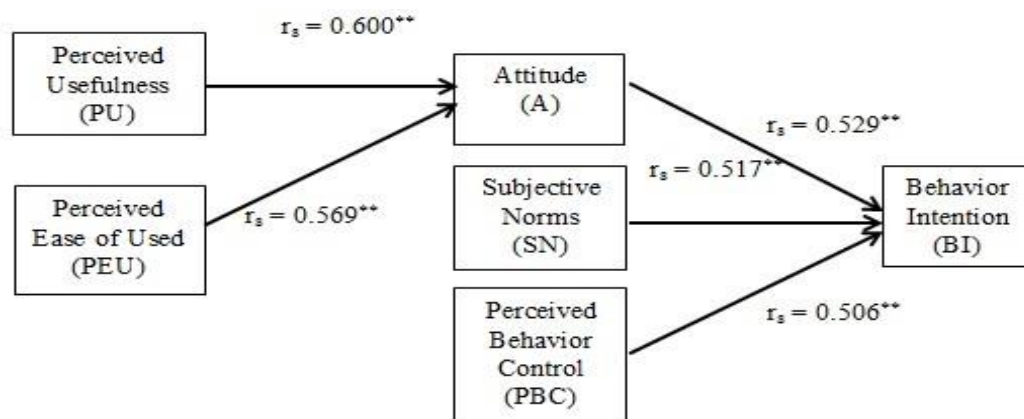


Figure 4-5 Model Framework Result

\*\* → Has the significant correlation

Gambar 3. Model Framework Result

Gambar 3 menggambarkan hasil uji korelasi TAM terhadap TPB. Jika koefisien korelasi antara kedua variabel lebih besar dari 0,6, maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kegunaan Perceived dan Perceived Ease of Use memiliki korelasi yang signifikan terhadap Sikap. Serta Sikap, Norma Subjektif, dan Peranan Perilaku yang Mampu memiliki korelasi yang signifikan terhadap Perilaku Perilaku. Yang pertama, ini berarti pengguna GO-JEK di Banda Aceh

yang percaya dengan menggunakan GO-JEK akan meningkatkan produktivitas mereka dan penerapan kemudahan GO-JEK untuk belajar digunakan. Berdasarkan hasil kerangka kerja di atas terlihat bahwa kedua persepsi tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap pengguna dimana mereka percaya bahwa penggunaan GO-JEK adalah hal yang mereka inginkan.

Kedua; pengguna GO-JEK di Banda Aceh percaya bahwa menggunakan GO-JEK adalah ide bagus, keluarga dan teman mereka mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan ini, dan mereka mengklaim bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang layanan GO-JEK di Banda Aceh. Perspektif ini memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat perilaku mereka dimana pengguna mengklaim bahwa mereka memiliki ketertarikan dan keinginan untuk menggunakannya dan akan terus menggunakannya di masa depan.

#### **4.2.1. Hasil Korelasi antara DOI terhadap Kombinasi TAM & TPB**

Variabel yang memiliki korelasi signifikan lebih besar dengan inovator adalah Subjective Norm dengan nilai korelasi sebesar 0,260 dan Sig. (2-tailed) 0. Artinya, inovator Inovator adalah pengguna GO-JEK pertama di Banda Aceh memiliki persepsi yang signifikan terhadap adopsi Norma Subyektif (mendukung keluarga dan teman mereka untuk menggunakan GO-JEK). Variabel yang memiliki korelasi signifikan lebih besar adalah Subjective Norm dengan nilai korelasi 0,290 dan Sig. (2-tailed) 0. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa adopter ini menggunakan GO-JEK karena memiliki hubungan yang signifikan dengan dorongan dari keluarga dan teman mereka untuk tetap menggunakan GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Variabel yang memiliki korelasi signifikan lebih besar dengan mayoritas awal adalah Sikap dengan skor korelasi 0,273 dan Sig. (2-tailed) 0. Pengambilan Mayoritas Dini adalah tipe pengguna GO-JEK di Banda Aceh yang berhati-hati dan pastikan dulu apakah GO-JEK mudah digunakan atau tidak dari yang lain yang berpengalaman dalam penggunaan. Pengadopsi ini memiliki hubungan yang signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Hasil korelasi Mayoritas Akhir terhadap kombinasi TAM & TPB tidak ada variabel yang memiliki korelasi signifikan. Artinya tipe orang yang cenderung menggunakan teknologi baru hanya jika sudah menjadi kebutuhan umum dan telah digunakan oleh semua orang terdekat tidak ada hubungan yang signifikan dengan kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap, dorongan dari keluarga dan teman, pengetahuan tentang ide baru itu, dan keinginan untuk menggunakan teknologi baru. Variabel yang memiliki korelasi signifikan lebih besar dengan laggard adalah Behavior Intention dengan skor korelasi -0.139 dan Sig. (2-tailed) 0,028. Pengadopsi Laggards adalah tipe orang yang tidak peduli dan tidak tertarik dengan teknologi baru. Mereka merasa bahwa kehidupan sehari-hari mereka berjalan dengan baik tanpa menggunakan GO-JEK. Pengadopsi ini memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap keinginan untuk menerima teknologi.



## **5. Kesimpulan**

### **5.1. Kesimpulan**

Teori Accordance Difusi Inovasi oleh Rogers, hasil penelitian ini telah memenuhi model DOI kurva dimana Innovator dan Laggard adalah kategori terkecil adopter, diikuti oleh Early Adopter dan Late Majority, dan yang terakhir adalah Early Majority yang merupakan kategori adopter yang lebih besar. . Berdasarkan hasil penelitian ada 8,3% pengguna Go-JEK di Banda Aceh sebagai inovator, 21,7% sebagai pengadopsi awal, 28,1% sebagai mayoritas awal, 26,9% sebagai mayoritas akhir, dan 15% adalah lamban. Para inovator adalah individu pengguna pertama di Banda Aceh. Pengadopsi awal adalah pelopor untuk mengadopsi inovasi di masyarakat seperti GO-JEK. Mayoritas awal adalah pengikut pertama yang menggunakan GO-JEK di Banda Aceh. Mayoritas akhir adalah pengikut terakhir dalam menggunakan sesuatu yang baru seperti GO-JEK. Yang terakhir adalah lamban, pengguna GO-JEK di Banda Aceh yang memiliki pikiran konservatif / tradisional.

Pengguna GO-JEK di Banda Aceh akan mengadopsinya karena mereka memiliki beberapa pertimbangan tentang keuntungan yang digunakan. Dalam penelitian ini, ada beberapa variabel yang membuat mereka diputuskan untuk menggunakan layanan GO-JEK berdasarkan kombinasi TAM dan TPB seperti kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, norma subjektif, pengendalian perilaku yang dirasakan, dan niat perilaku Pada bab sebelumnya akan ditunjukkan hasil perspektif pelanggan dalam hubungan antara TAM terhadap variabel TPB untuk menerima GO-JEK dalam kehidupan sehari-hari mereka. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness and ease of use* dalam penggunaan GO-JEK ada hubungan yang signifikan dengan sikap terhadap penggunaan sesuatu yang baru seperti GO-JEK. Kemudian, sikap yang digunakan GO-JEK, norma subyektif, dan persepsi perilaku yang dirasakan untuk menerima GO-JEK juga memiliki hubungan yang cukup signifikan dengan niat perilaku yang di pakai GO-JEK di Banda Aceh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan variabel Difusi Inovasi (Innovator, Early Adopter, Early Majority, Laggards, kecuali Late Majority membuktikan korelasi yang signifikan terhadap variabel kombinasi TAM & TPB (PU, PEU, A, SN, PBC, dan BI), artinya saat pengguna GO-JEK di Banda Aceh memutuskan untuk mengadopsi layanan GO-JEK, hal ini berhubungan dengan faktor-faktor untuk menerima teknologi seperti kegunaan produk, kemudahan penggunaan, dukungan masyarakat dekat, dan sikap terhadap penggunaan Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis data keseluruhan variabel Difusi Inovasi kecuali Laggard, memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel SERVQUAL (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy). Artinya saat pengguna GO-JEK di Banda Aceh mengadopsi inovasi seperti GO-JEK ada hubungan terhadap kemunculan fasilitas dan fitur produk / layanan, dan ketepatan dan tepat waktu penyampaian layanan. Selain itu, ada korelasi tinggi dengan aksesibilitas aplikasi, mampu memecahkan masalah yang terjadi, aman, nyaman dalam bertransaksi, mengandung kebutuhan pelanggan, dan mampu memberi kesan pengguna / pelanggan yang baik.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa keseluruhan kombinasi kombinasi TAM & TPB (PU, PEU, A, PBC, dan BI) memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel SERVQUAL (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy). Artinya saat pengguna GO-JEK di Banda Aceh diputuskan untuk menerima layanan GO-JEK dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari mereka, hal ini berhubungan dengan kualitas layanan GO-JEK. Kualitas layanan termasuk tangibilitas produk, keandalan, tanggung jawab perusahaan, kepastian, dan empati personil perusahaan kepada pelanggan. Tangibilitas itu termasuk penampilan peralatan dan fitur, kebersihan dan kelengkapan material dan personil perusahaan. Keandalan produk termasuk kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat, dan akurasi penerapannya. Tanggung jawab itu termasuk seperti kinerja perusahaan untuk memecahkan masalah. Kepastian itu termasuk pelanggan merasa apakah keamanan di gunakan atau tidak, dan nyaman dalam bertransaksi. Yang terakhir adalah empati, hal ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan pengguna secara khusus, dan mengandung kesan yang sangat baik terhadap pengguna / pelanggan.

Selanjutnya, menurut analisis data juga bukti bahwa semua variabel SERVQUAL saling menguatkan antara variabel antar variabel lain. Ini berarti pengguna GO-JEK di Banda Aceh mengatakan bahwa GO-JEK memiliki kualitas layanan yang tinggi dalam semua variabel kualitas layanan termasuk bukti, keandalan, daya tanggap, kepastian, dan empati GO-JEK akan saling terkait. antara satu variabel satu sama lain.

Secara umum, berdasarkan analisis data, kualitas layanan GO-JEK di Banda Aceh berdasarkan perspektif pengguna telah menunjukkan tingkat tinggi. Hal ini termasuk lima variabel SERVQUAL yakni tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy perusahaan untuk melayani pelanggan. Kualitas layanan GO-JEK diperoleh tidak seburuk latar belakang penelitian seperti yang terpapar di beberapa media. Artinya untuk mengukur adalah buruk atau bagusnya kualitas pelayanan suatu perusahaan / lembaga, sebaiknya dianalisis dengan metode yang direkomendasikan oleh para ahli dengan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi pelanggan.

## **5.2. Saran**

Dalam penjelasan sebelumnya mengatakan bahwa GO-JEK telah menjadi kualitas pelayanan yang baik secara keseluruhan. Tapi, jika kita melihat lebih rinci akan menunjukkan bahwa kualitas layanan GO-JEK di Banda Aceh dalam lima aspek (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) tidak merata dimana di Tangibles 88% mengatakan baik, dalam Reliability for 77%, Responsiveness 85%, Assurance 91%, dan Empathy 85% setuju bahwa kualitas layanan GO-JEK bagus. GO-JEK perlu meningkatkan kualitas layanan mereka dalam Reliability (persentase yang lebih rendah), dan mengetahui strategi bagaimana mencapai kualitas layanan yang setara di semua aspek.

GO-JEK perlu membuat standarisasi kendaraan karyawan untuk meminimalkan ketidakpuasan pengguna, kecelakaan, dan semua masalah

negatif yang pernah terjadi. Untuk mengurangi jumlah penipuan, lebih baik jika GO-JEK akan terus meningkatkan keamanan data dan informasi pengguna, dan nyaman dalam menggunakan aplikasi. Kemudian, karena belakangan ini semakin banyak perusahaan transportasi online yang bermunculan di Indonesia, lebih baik jika pemerintah membuat undang-undang khusus yang mengatur transportasi online, seperti standarisasi kendaraan, jam operasi, dan keamanan data dan informasi pengguna.

## Daftar Pustaka

- Alwahaishi, S. (2014). *Determinants of Consumer Acceptance of Mobile Internet: An Empirical Study*. 9-19.
- Amrillah, M. I. (2016). The Use Importance- Performance Analysis and Three-Factors Theory in Assessing the Service Quality of Rumah Amal Salman ITB (RASI). *Final Project*.
- Arman, X. (2015, 05 12). Retrieved 01 10, 2017, from PRO-JEK: <http://pro-jek.blogspot.co.id/2015/09/faq-pro-jek-indonesia.html>
- Chris'Yang, H. (2013). Bon Appetit for Apps: Young American Consumers' Acceptance of Mobile Applications. *The Journal of Computer Information Systems* , 85-96.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived ease of Use, and User Acceptance of Information Technology* (Vol. 13 ).
- Derry. (2015, 08 11). *Perbandingan Peta Kekuatan Go-Jek & Grab Bike*. Retrieved 01 10, 2017, from Motorinaneews.com: <http://motorinaneews.com/post/perbandingan-peta-kekuatan-gojek-grab-bike/>
- Jan Hauke, Tomasz Kossowski. (2011). *Comparison of Value Pearson's and Spearman's Correlation Coefficients on the Same Sets of Data*. 87-93.
- Kambiz Heidarzadeh Hanzaee and Adel Raeisi Dehkordi. (2012). Investigating gender's impact on the relationship between generation Y consumer culture values and service quality expectations. *African Journal of Business Management*, 404-1417.
- Mary Tate, Joerg Evermann. (2010). The End of SERVQUAL in Online Services Research: *Where to from here?* 60-88.